dōTERRA™

Construir o Negócio

— GUIDE —

Empowered Success

Programa de formação comercial

Não tem de ser perfeito,
só tem de funcionar.

Jack Canfield

Índice

Bem-vindos! 04

Criar a sua rede PIPES 05
Os 5 passos para o sucesso 07

Prepare (Preparar) 09

Inicie o seu negócio 11
Defina objetivos 13
Lista de nomes 15
Medidor de Sucesso 18
Programe o seu sucesso 19
Planificador Elite 21
Ofereça soluções 23
Personalize a sua mensagem 25
Colabore com o seu mentor 27
Avaliação estratégica 28
A chave do sucesso 30

Invite (Convidar) 31

Prepare-se para partilhar 33
Partilhe a sua história 36
Partilhar e contactar 37
Convide a saber mais 42
Convide sem oferecer amostras 43
Alcançar mais pessoas 46

Present (Apresentar) e Enrol (Inscrever) 47

Organize apresentações 49
Planificador de workshops 50
Apresentar com confiança 51
Introdução aos óleos essenciais 53
Como apresentar um workshop 54
Inscrição bem-sucedida 60
Estratégia de posicionamento 63
Planificador Power of 3 66

Support (Apoiar) 67

Receber e integrar clientes 69
Consulta de Bem-Estar 71
Formação contínua 73
Cultivar a relação com os clientes 75

Encontrar builders 79

Encontre parceiros de negócios 81
Alargue a sua influência 84
Introdução à construção do negócio 87
Estrutura da «Introdução à construção do negócio» 89
Lançar novos builders 91
Orientar os builders 93

Desenvolvimento pessoal 95

Visualize o seu futuro 97
Desenvolva o seu potencial 99
Declaração de Confiança 102

Anexos 103

Plano de Compensação 105
Os papéis na dōTERRA 108

Utilizamos óleos essenciais, partilhamo-los e ensinamos os outros a fazer o mesmo.

Justin Harrison,
Principal distribuidor

Bem-vindos!

Parabéns pelo lançamento do seu negócio dōTERRA!

Se está aqui, é porque adora óleos essenciais. Utiliza-os, partilha-os e quer ajudar os outros a fazerem o mesmo. Estes são os alicerces de um negócio dōTERRA eficaz, que está a mudar a vida e o futuro económico de tantas pessoas em todo o mundo. Com coragem e empenho, a sua vida também poderá mudar.

Este guia descreve todas as etapas para alcançar o nível Elite e superior, permitindo-lhe, ao mesmo tempo, ganhar confiança no seu papel de Consultor/a de Bem-Estar. Quer pretenda mudar de carreira ou simplesmente ganhar algum dinheiro extra, pode obter resultados rentáveis ao prestar um serviço consistente e ao seguir os passos delineados neste guia.

Nas páginas seguintes, encontrará uma série de listas de verificação, folhas de trabalho, guiões e muito mais – concebidos para o/a ajudar a alcançar o sucesso e a concentrar-se no essencial. Estes métodos simples foram testados e comprovados, mas o mais importante é que foram criados a pensar em si. À medida que melhora as suas competências e adota hábitos produtivos, poderá construir um negócio próspero com a dōTERRA e concretizar os seus sonhos.

Lembre-se: estaremos sempre consigo. Este guia irá ajudá-lo/a em todas as etapas desta "aventura". Conte com o apoio da sua linha superior e, depois, ofereça o mesmo apoio aos seus builders, quando lançarem os seus próprios negócios.

Vamos começar!

Criar a sua rede PIPES

Este guia é a sua referência para todos os recursos de que necessita para construir um negócio de sucesso e rentável com a dōTERRA. Oferece-lhe passos comprovadamente eficazes de acordo com o modelo chamado «PIPES».

PIPES significa **Prepare (preparar), Invite (convidar), Present (apresentar), Enrol (inscrever)** e **Support (apoiar).** Todas as formações comerciais da dōTERRA são organizadas em torno deste modelo. As atividades PIPES ajudam-no/a a preparar-se, a convidar pessoas para aprenderem, a apresentar workshops e sessões individuais, a inscrever novos membros e a apoiar a sua equipa e comunidade de clientes. À medida que constrói o seu negócio, irá repetir continuamente estes passos para obter resultados.

P

Preparar

Prepare-se para o sucesso, descobrindo os benefícios dos produtos dōTERRA e o programa de formação comprovado.

I

Convidar

Partilhe experiências e convide outras pessoas a conhecerem as soluções naturais e as oportunidades de negócio da dōTERRA.

P

Apresentar

Apresente as mensagens de bem-estar e o potencial financeiro da dōTERRA.

Você — *Os seus potenciais clientes*

Confiança + Ação = Resultados

- Nos produtos
- Na dōTERRA
- Na sua motivação

- Partilhar
- Inscrever
- Lançar builders

- Transformar vidas
- Crescer
- Receber prémios

E S

Inscrever

Angarie novos membros, ofereça-lhes soluções naturais e convide-os a transformar a vida de outras pessoas.

Apoiar

Apoie clientes e builders através de interações pessoais, comunitárias e formativas.

A sua equipa e a sua comunidade

Os 5 passos para o sucesso

1

Prepare (Preparar)

Inicie o seu negócio

☐ Preencha a lista de verificação para a criação do negócio e contacte o seu mentor da linha superior se tiver dúvidas (p. 11).

Dinamize o seu lançamento

☐ Preencha a ficha *Defina objetivos* (p. 13–14).

☐ Prepare a *lista de nomes* (p. 15–16).
- Compile, ordene por prioridades e transfira os nomes elegíveis para o seu *Medidor de Sucesso* (p. 18).
- Preencha a ficha *Personalize a sua mensagem* e envie as respostas ao seu mentor (p. 25–26).

☐ Organize a sessão estratégica de *Introdução ao lançamento,* com o seu mentor.
- Partilhe as suas aspirações e os seus sonhos.
- Reveja a secção *Defina objetivos.*
- Reveja a secção *Criar a sua rede PIPES* (p. 5–6) e *Os 5 passos para o sucesso* (p. 7–8).
- Programem em conjunto os primeiros quatro workshops e outros planos para o mês de lançamento.
- Reveja o *Planificador Elite* (p. 21).
- Utilize o *Planificador de workshops* (p. 50).
- Reveja a secção *Colabore com o seu mentor,* para estabelecer expectativas e familiarizar-se com a *Avaliação estratégica* (p. 27–28).

☐ Consulte a secção *Programe o seu sucesso* e defina um plano semanal (p. 19–20).
- Pergunte sobre os próximos eventos e adicione-os ao seu calendário (p. ex. Europe Convention, eventos Tour, Leadership Retreats, etc.).

☐ Dedique pelo menos 20 minutos por dia ao desenvolvimento pessoal.
- Aprenda a tirar partido dos seus pontos fortes, utilizando o guia Strengths: Empowered You, disponível online.
- Utilize os recursos de *Desenvolvimento pessoal* (p. 96–100).
- Escreva e publique a sua *Declaração de Confiança* (p. 102).

2

Invite (Convidar)

Contacte e partilhe

☐ *Prepare-se para partilhar* (p. 33).
- Registe as suas experiências em *Partilhe a sua história* (p. 36).
- Use o *Medidor de Sucesso* para se concentrar nos potenciais membros e escolher a sua abordagem (p. 18, 37–40, 42–43, 46, 81–82, 84–85).
- Encontre formas de *Chegar a mais pessoas* e de fazer crescer a sua *lista de nomes* (p. 46).

☐ Partilhe experiências e amostras com potenciais membros e volte a contactá-los (p. 37–41).
- Peça referências aos clientes (p. 46).

Convide e relembre

☐ Convide os potenciais membros interessados para um workshop de "Introdução aos óleos essenciais" ou para uma sessão individual e relembre-os a assistir (p. 42–43).

☐ Prepare-se para organizar apresentações (p. 49–50).
- Conheça o cronograma e o guião da sessão de "Introdução aos óleos essenciais" (p. 53–62).

3 Apresentar e inscrever

Apresentar

☐ Prepare as apresentações. Consulte o *Planificador de workshops* (p. 50).
- Aprenda a *Apresentar com confiança* (p. 51).

☐ Organize e prepare a "Introdução aos óleos essenciais" (p. 53–62).
- Marque outros workshops durante as suas sessões (p. 61).

Inscrever

☐ Inscreva os participantes e agende a respetiva Consulta de Bem-Estar (p. 59–62, 69–70).
- Aprenda a efetuar inscrições de forma correta.
- Contacte as pessoas que ainda não se tenham inscrito, depois de 48 horas.

Defina uma estratégia de posicionamentos

☐ Posicione os novos membros com a ajuda do seu mentor e da *Estratégia de posicionamento* (p. 63–66).
- Familiarize-se com o Plano de Compensação da dōTERRA (p. 105–107).
- Aprenda a trabalhar durante o período de acompanhamento de 14 dias (p. 63–65, 69–71, 91–92).
- Compreenda os diferentes papéis: Cliente, Sharer, Builder e Líder (p. 108).

4 Apoiar

Receber e integrar clientes

☐ Acolha os novos membros e dê-lhes a conhecer as plataformas de formação contínua e as comunidades nas redes sociais (p. 69–74).

Fidelizar clientes

☐ Informe regularmente os clientes sobre promoções e outras oportunidades de formação, oriente-os com o Programa de Recompensas por Lealdade (LRP) e ofereça apoio quando necessário (p. 70, 73–78).

5 Encontrar builders

Convidar para organizar e construir

☐ Convide-os para organizar apresentações.
- Utilize o *Medidor de Sucesso* para identificar quem estaria disposto a apresentar um workshop. Contacte-os e realize uma sessão de "Introdução às apresentações" (p. 18, 84).
- Organize uma sessão de "Introdução às apresentações" com os membros selecionados durante um dos seus workshops (p. 21, 84).
- Programe os workshops com os novos organizadores.
- Leia a secção *Alargue a sua influência* (p. 84–85).

☐ Convide os potenciais builders interessados para o workshop de "Introdução à construção do negócio" ou para uma sessão individual.
- Concentre-se nos potenciais builders mais promissores que constam do seu *Medidor de Sucesso* (p. 17–18, 81).
- Recrute parceiros de negócios e builders para a sua equipa (p. 81–82, 84–85).
- Peça referências aos builders (p. 85).

Apresentar

☐ Prepare-se para organizar apresentações (p. 49, 51).
- Saiba como apresentar a "Introdução à construção do negócio" e conheça o cronograma (p. 87–88) e o guião das sessões individuais (p. 89–90).

☐ Organize e prepare o workshop "Introdução à construção do negócio" e as sessões individuais (p. 87–90).
- Efetue chamadas a 3 com a sua linha superior (p. 82, 89–90).

Lançar builders

☐ Lançar builders (p. 91–92).
- Conduza uma sessão de "Introdução ao lançamento" utilizando a lista de verificação (p. 7, Passo 1) e apresente o programa "Elite em 6 Semanas" (p. 91–92).
- Ajude os builders com as suas primeiras apresentações ("Introdução aos óleos essenciais", "Introdução à construção do negócio", Consulta de Bem-Estar, sessões estratégicas) (p. 91–92).
- Ajude os builders a recrutar novos membros com chamadas a 3 (p. 82, 89–90).

Apoiar os builders

☐ Oriente-os, organizando sessões estratégicas regulares, utilizando a ficha de *Avaliação estratégica* (p. 27–28, 93).
- Recomende e convide-os a participar em eventos/formações da empresa/equipa.

"Encontrar builders" (passo 5) decorre em simultâneo com os passos 2–4. Basicamente, quando inscreve um Builder, executa os mesmos passos, mas com uma abordagem diferente daquela quando inscreve um cliente.

Preparar

Abra alas ao sucesso

No final da fase "Preparar", terá definido objetivos para o seu futuro, lançado as bases para começar a partilhar e a convidar e criado um plano para o seu negócio.

O sucesso é a soma de pequenos esforços, repetidos dia após dia.

—

Robert Collier

Inicie o seu negócio

Para começar

☐ **Aceda a *doterra.com* para:**

- Registar-se no seu Escritório Virtual e criar uma palavra-passe.
- Configurar e manter *sempre* ativo um modelo do LRP de 100 PV para receber o seu Bónus de Início Rápido semanal e as comissões mensais.
  - Receba o Produto do Mês *gratuitamente* ao efetuar uma encomenda do LRP de (pelo menos) 125 PV até ao dia 15 de cada mês.
- Navegar até ao back office e configurar a sua página profissional em *"O meu site"*.

Para receber assistência

☐ **Com a sua linha superior ou com um vídeo online, faça o seguinte (se ainda não o fez):**

- Frequente um workshop de "Introdução aos óleos essenciais"
- Receba uma Consulta de Bem-Estar
- Frequente um workshop de "Introdução à construção do negócio"

☐ **Planeie a sua primeira sessão estratégica e as sessões semanais subsequentes com o seu mentor:**

Data e hora ..... / ..... Contacto telefónico .....

☐ **Contacte o apoio da sua equipa da linha superior:**

- Local/link para chamada com a equipa: .....

  Data e hora ..... / ..... Contacto telefónico .....

- Grupo de Facebook da equipa: .....
- Site da equipa / Outro: .....
- Para obter um apoio generalizado sobre a dōTERRA, poderá também contactar a nossa equipa do Serviço de Atendimento ao Cliente. Clique aqui para ver a lista de contactos dos Serviços de Atendimento ao Cliente na Europa.

Para se equipar

☐ **Adicione um Kit de Aula à sua Encomenda do Programa de Recompensas por Lealdade. Pode adicionar um dos seguintes produtos:**

- Guias "Ser saudável pode ser simples".
- Lote de 10 exemplares dos guias Live e Build.
- Folhetos didáticos "Soluções Naturais".

☐ **Consulte a sua linha superior para encomendar outros recursos informativos.**

Para se familiarizar

Empowered Life

Descubra a formação contínua sobre produtos em:

doterra.eu > Descobrir > Educação sobre produtos

- Informação sobre os produtos
- Centro MetaPWR
- Centro AromaTouch Technique Material informativo

doterra.eu > A nossa história

- Factos sobre os óleos essenciais

Empowered Success

Familiarize-se com os materiais Empowered Success:

- Guia Live
- Guia Share
- Guia Build
- Guia Launch
- Folheto Soluções Naturais

Empowered You

Descubra a formação sobre o desenvolvimento pessoal e saiba como fazer crescer o seu negócio com o guia *Strengths: Empowered You.*

Para saber mais, consulte a página 100 deste guia.

Defina objetivos

As pessoas bem-sucedidas definem objetivos concretos. Tenha a certeza do que quer e quando o quer alcançar. Defina o nível de recompensa que procura e o ritmo a que pretende conseguir esses resultados. Ao assumir um compromisso específico com o seu sucesso e ao fixar um prazo, estará mais bem preparado/a para se envolver nas atividades que se seguem.

A duplicação da classificação de base Elite é essencial para progredir/avançar para o nível Prata, Platina, Diamante e adiante.

Elite
Atinge o nível Elite
3 000 OV
244 € / mês*

>

Prata
Ajude 3 builders a alcançar o nível Elite
E E E
1 668 € / mês*

>

Platina
Ajude os seus builders a ajudar 3 outros builders a alcançar o nível Elite
P P P
E E E E E E E E E
6 436 € / mês*

1 Escolha quanto quer ganhar

Cobrir o custo dos produtos

240 - 610 €/mês*

Objetivo Elite > Primeiro

Quanto tempo devo investir?**

Fases de qualificação

- E — Elite em 2–3 meses
- P — Primeiro em 6 meses

Ganhar um rendimento extra

610 - 3 920 €/mês*

Objetivo Primeiro > Ouro

Quanto tempo devo investir?**

Fases de qualificação

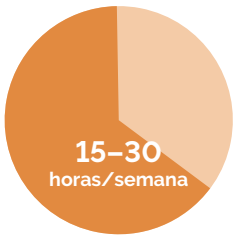
- E — Elite em 1–2 meses
- P — Prata em 6–9 meses
- O — Ouro em 1–2 anos

Cobrir a totalidade do seu rendimento

3 790 - 51 650 €/mês*

Objetivo Ouro > Presidente

Quanto tempo devo investir?**



Fases de qualificação

- E — Elite em 1 mês
- P — Prata em 6–9 meses
- P — Platina em 1–2 anos
- D — Diamante em 1–3 anos
- DP — Presidente Diamante em 4–7 anos

Dica

Consulte o guia *Build* ou as páginas 105–107 deste guia para criar as estratégias e alcançar os requisitos de classificação e de rendimentos.

*Consulte o Plano de Compensação da dōTERRA para saber mais. Os números apresentados referem-se às médias anuais de 2020. Os ganhos pessoais podem ser inferiores.
**As horas semanais necessárias são uma estimativa.

2 Avance ao seu ritmo

Antes de organizar as suas primeiras apresentações, deverá necessitar de 1 a 4 semanas de preparação, partilha e envio de convites. Escolha o ritmo que pretende tomar para alcançar a posição de Elite, utilizando o seguinte cronograma para o sucesso. Organize sessões individuais e comece já a inscrever pessoas prontas para começar com a dōTERRA, mesmo que ainda se encontre na fase "Preparar".

Data de lançamento do workshop: ____ /____ /____

☐ Elite em 30 dias

Exemplos de como gerar 3 000 OV:

Média de 150 PV por encomenda de inscrição x 20 inscrições

OU *3–4 inscrições e uma média de 500 PV por sessão x 6 sessões*

OU *5 inscrições e uma média de 750 PV por sessão x 4 sessões*

☐ Elite em 60 dias

Exemplo de novas encomendas de inscrição + encomendas do LRP de clientes = 3 000 OV:

- *8 dos 15 clientes inscritos no mês 1 fizeram uma média de +100 PV por encomenda do LRP*
  + 800 PV
- *4 inscrições ou uma média de 600 PV por sessão x 3 sessões (no mês 2)*
  + 1 800 PV
- *3 inscrições em sessões individuais (no mês 2)*
  + 450 PV

☐ Elite em 90 dias

Exemplo de novas encomendas de inscrição + encomendas do LRP de clientes = 3 000 OV:

- *12 dos 20 clientes inscritos nos meses 1–2 fizeram uma média de +100 PV por encomenda do LRP*
  + 1 200 PV
- *4 inscrições ou uma média de 600 PV por sessão x 2 sessões (no mês 3)*
  + 1 200 PV
- *4 inscrições em sessões individuais (no mês 3)*
  + 600 PV

3 Escolha os seus objetivos

Objetivo a 90 dias

..... €/mês

Classificação.....

Objetivo a 6 meses

..... €/mês

Classificação: .....

Objetivo a 1 ano

..... €/mês

Classificação: .....

4 Escolha partilhar

Partilhe estes objetivos com a sua família e com o seu mentor. Coloque-os num local onde os veja diariamente.

- Qual é o seu grau de empenho para alcançar o nível Elite e os seus objetivos a 90 dias (numa escala de 1–10)?

Elite: ..... Objetivos a 90 dias: .....

- Porque é importante alcançar os seus objetivos no tempo que definiu? .....

.....

- Como irá a sua vida mudar quando atingir o objetivo a 1 ano? .....

.....

- Como será a sua vida se nunca atingir o objetivo a 1 ano? .....

.....

Tenha o hábito regular de anotar outras ideias sobre como alcançar estes objetivos e construir os seus sonhos.

Lista de nomes

Que vidas quer mudar? Para construir um fluxo financeiro próspero, comece por convidar outras pessoas para descobrirem como as soluções e a oportunidade de negócio dōTERRA as pode ajudar.

1. Crie uma lista de todas as pessoas que lhe vêm à cabeça. Deixe fluir as ideias. Nunca se sabe quem poderá estar à procura das soluções que oferece. Tome nota dos seus nomes e organize-os em categorias (p. ex. "família" ou "amigos") nesta página e na seguinte.

Família: *pais, irmãos, outros familiares*	Necessidades de saúde	Necessidades de tempo e €	Necessidade de um propósito	Influente	Interesse pelo natural	Exp. comercial/ vendas	Apoio do cônjuge	Total
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

Amigos: *atuais, liceu, universidade, redes sociais*	Necessidades de saúde	Necessidades de tempo e €	Necessidade de um propósito	Influente	Interesse pelo natural	Exp. comercial/ vendas	Apoio do cônjuge	Total
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

2 Em seguida, ao pensar em cada uma das pessoas que enumerou, filtre a sua lista para identificar possíveis builders. Assinale as colunas que correspondam a cada pessoa, indicando assim as qualidades habituais dos builders de sucesso. Em seguida, faça a contagem na última coluna.

- Procura melhorar a situação financeira e o futuro.
- Necessita de mais dinheiro, de tempo ou de um propósito.
- É socialmente influente: as pessoas seguem-no e querem fazer o que faz.
- Tem interesse pelo natural e adota um estilo de vida saudável.
- Tem experiência comercial e é uma pessoa motivada.
- Está numa fase da vida que lhe permite criar um negócio.
- Conta com o apoio do cônjuge ou parceiro.

	Necessidades de saúde	Necessidades de tempo e €	Necessidade de um propósito	Influente	Interesse pelo natural	Exp. comercial/ vendas	Apoio do cônjuge	Total
1 *Ângela Reis*								II
2 *Prima Joana (yoga)*								~~IIII~~ I

Comunidade: *vizinhos, escola, igreja, associações*	Necessidades de saúde	Necessidades de tempo e €	Necessidade de um propósito	Influente	Interesse pelo natural	Exp. comercial/ vendas	Apoio do cônjuge	Total
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

Outros: *colegas de trabalho, fornecedores de produtos ou serviços*	Necessidades de saúde	Necessidades de tempo e €	Necessidade de um propósito	Influente	Interesse pelo natural	Exp. comercial/ vendas	Apoio do cônjuge	Total
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								

Organize a lista de nomes por prioridades

Identifique potenciais builders

O passo seguinte consiste em organizar a sua *lista de nomes* por ordem de prioridade, destacando em primeiro lugar as pessoas com um maior número de marcas, o que indica as qualidades dos potenciais builders. Os melhores builders poderão surpreendê-lo/a e encontrar-se entre as pessoas com menor pontuação. No entanto, este sistema de classificação é um bom começo.

Pergunte-se a si mesmo/a:

- Se eu pudesse trabalhar com alguém, com quem seria?
- Com quem trabalharia melhor?
- Quem mostraria um compromisso e uma motivação que igualasse ou superasse o ritmo que estabeleci para atingir os meus objetivos?

Potenciais parceiros de negócio

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Escreva os nomes das pessoas que lhe vêm à cabeça, estejam ou não na sua lista.

Monitorize os mais promissores

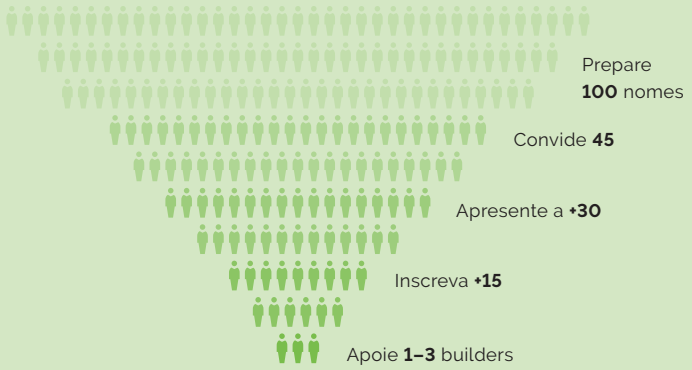
1. Preencha o seu *Medidor de Sucesso* com os 45 nomes mais promissores.
2. Identifique a melhor forma de contactar e abordar cada pessoa, seja com produtos ou com a oportunidade de negócio.
3. Faça partilhas e envie convites de forma personalizada e monitorize o progresso de cada pessoa. Com a ajuda e o apoio da sua linha superior, identifique mais rapidamente alguns builders chave.
4. Pode inscrever um novo membro em qualquer altura e ter até ao dia 10 do mês seguinte à inscrição para o reposicionar dentro da sua estrutura empresarial. Isto permitir-lhe-á criar uma estrutura de posicionamento sólida que, eventualmente, o ajudará a maximizar as suas hipóteses de ganhar bónus. Sem builders, a sua linha da frente será composta apenas por clientes, reduzindo o seu potencial de ganhos.

Lista de nomes

Medidor de Sucesso

Amplie a sua lista

Se se lembrar ou conhecer novas pessoas, adicione-as à sua *lista de nomes* para manter um bom fluxo na sua rede. Comprometa-se a adicionar 5 a 10 novos nomes por semana.



O seu negócio é feito de números

Quanto mais pessoas houver na sua rede, maiores serão as probabilidades de encontrar clientes e builders.

Estabeleça o objetivo de encontrar 3 builders nos primeiros 30–90 dias. Se não encontrar builders de imediato, continue a reforçar a sua lista e a fazer inscrições. Muitos builders começam como clientes e só depois começam a partilhar produtos com outros.

Medidor de Sucesso

Monitorize aqui o progresso dos seus 45 nomes mais promissores.
Posicione os builders no topo da lista.

Builders mais promissores

					45+		30+		15+				3+			
Nome	Sugestão de produtos de amostra	Método de contacto:	Primeira abordagem: Produto (P) ou Negócio (N)		Amostra oferecida	Contacto após amostra	Convidado para workshop/reunião 1:1	Presente no workshop/ reunião 1:1	Inscrito	Consulta de Bem-Estar	Encomenda do LRP configurada	Formação continua	Dispxonível para apresentar cursos/eventos	Introdução à construção do negócio	Chamada a 3	Introdução ao lançamento
1			P	N												
2			P	N												
3			P	N												
4			P	N												
5			P	N												
6			P	N												
7			P	N												
8			P	N												
9			P	N												
10			P	N												
11			P	N												
12			P	N												
13			P	N												
14			P	N												
15			P	N												
16			P	N												
17			P	N												
18			P	N												
19			P	N												
20			P	N												
21			P	N												
22			P	N												
23			P	N												
24			P	N												
25			P	N												
26			P	N												
27			P	N												
28			P	N												
29			P	N												
30			P	N												
31			P	N												
32			P	N												
33			P	N												
34			P	N												
35			P	N												
36			P	N												
37			P	N												
38			P	N												
39			P	N												
40			P	N												
41			P	N												
42			P	N												
43			P	N												
44			P	N												
45			P	N												

Programe o seu sucesso

O sucesso não é um fim em si mesmo, é um hábito. Estes simples hábitos de sucesso representam as práticas comprovadas e adotadas pelos principais líderes da dōTERRA. Ao incorporá-los na sua vida, irá descobrir como os pequenos gestos quotidianos podem ser eficazes ao longo do tempo. São as atividades constantes de desenvolvimento do negócio e de criação de rendimentos que produzem resultados. Passe pelo menos 70% do seu tempo a convidar, a apresentar e a expandir a sua rede. A melhor forma para crescer é inscrever e recrutar builders de sucesso que, por sua vez, farão o mesmo.

Descubra e utilize a informação e o apoio fornecidos pela sua linha superior, através de sessões semanais, da formação contínua e de chamadas com a equipa. Evite reinventar a roda e aguarde pelo momento certo para assumir determinadas responsabilidades.

Todos os dias: Preparar, partilhar e convidar

- Utilize os seus produtos
- Invista no desenvolvimento pessoal
- Estabeleça contactos, ofereça amostras, volte a contactar e convide
- Organize encontros, workshops e sessões individuais

Faça a si próprio/a estas perguntas:

- *Com quem posso partilhar a minha experiência acerca de um produto?*
  Ofereça uma amostra e depois contacte para saber a opinião.
- *Quem estará recetivo a aprender sobre os óleos essenciais?*
  Convide para um workshop de "Introdução aos óleos essenciais" ou uma sessão individual.
- *Quem assistiu a uma apresentação e está disposto a inscrever-se?*
  Facilite o processo de inscrição com um kit e agende uma Consulta de Bem-Estar.
- *Quem precisa de uma Consulta de Bem-Estar?*
  Agende uma Consulta de Bem-Estar e inscreva essa pessoa no Programa de Recompensas por Lealdade (LRP).
- *Quem está preparado para conhecer o negócio?*
  Convide para um workshop de "Introdução à construção do negócio" ou para uma sessão individual.
- *Quem é apreciador de óleos essenciais e está disposto a apresentar um workshop?*
  Convide para apresentar um workshop. Agende uma sessão de "Introdução às apresentações".
- *Quem está pronto para lançar o seu próprio negócio?*
  Apresente os 5 passos para o sucesso durante uma sessão de "Introdução ao lançamento".

Todas as semanas: Apresentar, inscrever e apoiar

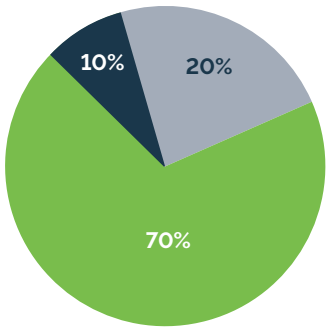
- Realize workshops de "Introdução aos óleos essenciais" e sessões individuais
- Realize workshops de "Introdução à construção do negócio" e sessões individuais
- Realize Consultas de Bem-Estar
- Participe e promova a formação contínua
- Participe em chamadas com a equipa
- Organize sessões estratégicas

Todos os meses

- Efetue uma encomenda do LRP de pelo menos 125 PV
- Defina objetivos e monitorize o progresso com os planificadores de classificação/Power of 3
- Inscreva pelo menos 4 clientes e 1 builder
- Participe em formações empresariais

Todos os anos

- Participe em eventos e convide outras pessoas:
  - European Convention
  - Leadership Retreat
  - Eventos locais
  - Incentive Trip



Preparar

Apoiar

Você e os seus builders: convidar, apresentar e inscrever

Concentre-se nestas etapas

Programa semanal

Na página *Defina objetivos* deste guia, selecionou o seu percurso para o sucesso. Em seguida, indicamos o número recomendado de horas semanais (para cada fase) que permita criar um fluxo financeiro constante.

Cobrir o custo dos produtos	Ganhar um rendimento extra	Cobrir a totalidade do seu rendimento
Tempo necessário: **3–10 horas/semana***	*Tempo necessário:* **10–30 horas/semana***	*Tempo necessário:* **25–50 horas/semana***

Anote o número de horas que pretende dedicar por dia ao seu negócio durante uma semana normal.

segunda-feira	terça-feira	quarta-feira	quinta-feira	sexta-feira	sábado	domingo

Dependendo do método escolhido, reserve tempo para as atividades semanais. Primeiro, anote os principais eventos, como os compromissos familiares e profissionais, e depois as ações PIPES para a criação do negócio. Adicione o tempo necessário para a preparação e as deslocações.

Hora/Dia	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
9h00	Desenvolvimento pessoal					
10h00	Chamada com a equipa				Contacto / contacto sucessivo dos nomes no Medidor de Sucesso	"Introdução à construção do negócio" com a Emília
11h00	Sessão estratégica: - Helena @ 11:00 Introdução ao lançamento: - Jorge @ 11:45	Contacto / contacto sucessivo dos nomes no Medidor de Sucesso		Sessão estratégica com linha superior		
12h00						
13h00		Consultas de Bem-Estar: - Mãe @ 13:30 - João @ 14:15	1:1 com a Olívia		Consultas de Bem-Estar: - Ana @ 13:30 - Sofia @ 14:15	
14h00						
15h00						
19h00		"Introdução aos óleos essenciais" no bar		Formação contínua		

Exemplo: 16 a 20 semanais dedicadas à dōTERRA para um ritmo intermédio

Acelere o seu sucesso

Pode programar e planificar de muitas maneiras diferentes. Uma delas consiste em agendar os 4 primeiros workshops numa semana ou num fim de semana durante o seu mês de lançamento para:

- Minimizar o tempo de preparação.
- Oferecer várias opções de workshops.
- Permitir-lhe crescer de uma sessão para outra (os mais entusiastas irão certamente convidar outros).
- Maximizar as suas opções de posicionamento e permitir-lhe avançar na classificação e ganhar bónus.

Gestão do tempo:

- Agrupe todas as chamadas no mesmo intervalo horário.
- Esteja disponível em horários diferentes para se adaptar aos das outras pessoas.
- Responda aos contactos no prazo de 24 horas.

**As horas semanais necessárias são uma estimativa. Estes números podem variar.*

Planificador Elite

Serei Elite o mais tardar em .....

Utilize este planificador juntamente com o *Medidor de Sucesso* para planificar as suas apresentações.

Durante o seu mês de lançamento: (30 dias para chegar a Elite)

- Organize no mínimo 4 workshops ou 15 sessões individuais, ou uma combinação de ambos.
- Convide pelo menos 45 pessoas para um workshop ou uma sessão individual.
- Inscreva pelo menos 15 pessoas.

Agendar workshops

Convide pelo menos 15 pessoas, seja pessoalmente ou por telefone/mensagem, para poder organizar um workshop com o número ideal de 6–10 participantes qualificados. Os workshops podem ser apresentados por si ou por outra pessoa. Consulte o *Medidor de Sucesso* para obter ideias.

☐ **Workshop 1**
Data/Hora:
Localização:
Anfitrião:

☐ **Workshop 2**
Data/Hora:
Localização:
Anfitrião:

☐ **Workshop 3**
Data/Hora:
Localização:
Anfitrião:

☐ **Workshop 4**
Data/Hora:
Localização:
Anfitrião:

Objetivo: Elite +3 000 OV

Volume total necessário		**3 000**
Volume atual	-	
Volume previsto	-	
Volume necessário	=	

Incentivos

Para todas as inscrições com kit + primeira encomenda do LRP, ofereça um incentivo (p. ex. um frasco de 5 ml do óleo de Laranja Selvagem e o Produto do Mês).

Agende sessões individuais

Organize sessões individuais presenciais, online ou através de uma chamada a 3 com os potenciais membros que necessitem de uma atenção mais personalizada. Isto permitir-lhe-á analisar prioridades de bem-estar, a gestão do tempo e se os influenciadores beneficiam de um ambiente mais personalizado.

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

☐ Nome:
Data/Hora:
Localização:

Conselho

Convide ativamente mais de 15 pessoas, seja pessoalmente ou por telefone/ mensagem, ou convide passivamente mais de 30 pessoas através das redes sociais ou e-mail (neste caso, terá de convidar mais pessoas para obter os mesmos resultados), de modo a organizar um workshop com o número ideal de 6 a 10 participantes qualificados.

Conhecer a experiência de cada pessoa na sua lista faz toda a diferença. Imagine se, no mesmo mês:

- Os seus convidados são mais qualificados, pelo que reúne **30 participantes x 50% de adesão média = 15 inscrições**.
- Os seus convidados são menos qualificados, pelo que reúne **50 participantes x 30% de adesão média = 15 inscrições**.

Quanto menos qualificados forem, mais convites serão necessários. Quanto mais qualificados forem, menos convites serão necessários.

Ofereça soluções

O sucesso começa por si. Em primeiro lugar, seja um reflexo dos seus produtos. Quanto melhor conhecer os muitos benefícios que oferecem, maior será a sua confiança. Como fornecedor/a de soluções, as suas experiências alimentam o seu entusiasmo para partilhar com os outros. Partilhar esta paixão, faz com que as pessoas à sua volta queiram aprender mais e motiva os seus builders a fazer o mesmo.

Utilize os produtos

Adote os princípios do bem-estar para viver múltiplas experiências que servirão para encorajar e inspirar os outros.

- Implemente o seu Plano de Bem-Estar Diário para utilizar os produtos. (guia *Live*).
- Utilizando a informação de referência da dōTERRA, amplie os seus conhecimentos sobre as características e os benefícios dos produtos.
- Tenha o hábito de recorrer em primeiro lugar aos seus produtos em caso de necessidade.
- Aprenda a integrar os produtos no seu estilo de vida centrado no bem-estar, através da formação contínua.
- Torne-se o seu melhor cliente e experimente a variedade de produtos que a dōTERRA oferece.
- Maximize o Programa de Recompensas por Lealdade (LRP) ao descobrir como recuperar até 30% das suas compras e utilizar os pontos.

Para saber mais, visite
doterra.eu > Descobrir > Educação sobre produtos.

Partilhe os produtos

Durante o contacto com as pessoas a quem pretende dar a conhecer a dōTERRA, mostre-se disponível e difunda uma imagem de bem-estar autodirigido. Pergunte-lhes se estão dispostos a saber mais. Enquanto Consultor/a de Bem-Estar da dōTERRA, estabeleça ligações entre as pessoas e as soluções que oferece.

Convide-as a saber mais sobre como utilizar as soluções dōTERRA como a sua principal linha de defesa.

- Crie experiências que permitam a essas pessoas descobrir o potencial das soluções dōTERRA.
- Mostre-lhes como "com um livro e uma caixa" (o guia de referência sobre óleos e uma caixa de óleos essenciais dōTERRA CPTG™) podem resolver 80% das suas prioridades de bem-estar em casa.

Vender, na sua forma mais pura, significa oferecer um serviço: ajudar as pessoas a encontrar soluções para os problemas que têm, que podem ter ou que podem evitar. Está a oferecer soluções. Não porque resolve problemas, mas porque permite que os outros aprendam a resolvê-los por si próprios.

Pregunte-se a si mesmo/a: *"Quem posso contactar hoje e o que posso oferecer a essa pessoa?"*

Identifique problemas
Todos enfrentamos desafios em termos de
relacionamentos, saúde, finanças, tempo, objetivo de vida

Meça o impacto
Os problemas têm um custo e podem comprometer
relacionamentos, saúde, finanças, tempo, confiança, convicções

Ofereça soluções
Após escutar e identificar as necessidades, ofereça possibilidades:
- Abordagem baseada nos produtos (p. 37–40, 43)
- Abordagem baseada no negócio (p. 82–85)

Ensine os seus builders a fazerem o mesmo

Ao lançar o seu negócio, proponha a oportunidade de negócio aos clientes que utilizam e apreciam os seus produtos, aos Sharers que organizam workshops e aos builders que colaboram consigo. Comprometa-se a desenvolver as competências necessárias para atingir os seus objetivos. Torne-se o tipo de builder com quem gostaria de trabalhar.

Tire partido das cinco conversas

O sistema Empowered Success inclui cinco guias concebidos para facilitar as conversas essenciais que introduzem as primeiras fases da experiência dōTERRA. Estes passos podem ter lugar em qualquer ordem, de acordo com o cliente potencial.

Ser saudável pode ser simples

Apresente as vantagens dos óleos essenciais.

Folheto didático
Soluções Naturais

Participe em formações sobre soluções naturais.

Guia *Live*

Viva o estilo de vida dōTERRA.

Guia *Share*

Organize apresentações.

Guia *Build*

Construa um negócio.

Personalize a sua mensagem

Considere-se uma pessoa com uma experiência valiosa, especializada em fornecer soluções específicas a quem as procura. Aumente o fluxo de potenciais clientes na sua rede, identificando a categoria na qual se quer concentrar e, depois, encontre formas de os contactar. Não precisa de permissão nem pré-requisitos para fazer o que gosta. Só precisa de mostrar aos seus clientes como obter resultados. Responda às seguintes perguntas para identificar o papel que desempenha no seu negócio, quem quer ajudar e como, as mensagens mais importantes que quer transmitir e os problemas que quer ajudar os outros a resolver.

Procurar

Compreenda como liderar, adotando uma atitude centrada em ajudar.

- *Quem é você? Pense no que tem sido na sua vida, em quem se tornou e no que é natural para si. Enumere as suas experiências de vida, conhecimentos, envolvimento comunitário, relações, paixões, competências, experiência profissional e influências que fazem de si a pessoa que é.*

- *Há algo de que queira realmente fazer parte? Qual é a sua mensagem ou a sua causa? A forma como resolveu os seus desafios torna-se a sua mensagem para os outros. Que dificuldades superou com a ajuda dos produtos dōTERRA? Como é que se tornou um/a fornecedor/a de soluções? Consequentemente, o que lhe daria maior prazer partilhar com os outros?*

Escreva as suas histórias mais interessantes na página 36. Depois, inspire-se nelas para estimular os seus pensamentos e sentimentos enquanto preenche esta página. Se a sua causa e a sua mensagem forem claras, evitará parecer persistente e motivado unicamente pelas vendas.

Ajudar

Opte por fornecer soluções.

- *A quem oferece os seus serviços? Quem necessita da sua mensagem? Com quem se relaciona melhor? Tenha a confiança para partilhar a sua paixão com as pessoas que necessitam das suas soluções. Descreva as pessoas que pretende ajudar.*

- *Onde se reúnem? Onde poderei encontrá-las?*

- *Qual a melhor forma de entrar em contacto com elas? O que lhe dá prazer partilhar e fazer com os outros? Qual é a sua mensagem?*

Solucionar problemas

A coragem de partilhar vem de compreender as necessidades dos outros e de ser consciente do valor gerado pelas soluções que oferece.

- *Que problemas específicos mostra aos outros como solucionar? Identifique os problemas que soluciona à sua maneira. Como pode ajudar os outros a encontrar soluções da mesma forma que você o fez?*

.....

.....

.....

Tem soluções para a boa forma física, nutrição, bem-estar, bem-estar das crianças, cuidados da pele e beleza, vida ecológica, jardinagem biológica, necessidade de um rendimento extra para o agregado familiar ou algo mais?

- *Porque é que as pessoas deveriam aprender e comprar a si? Porque é que o/a escolhem a si? O que é que pode fazer que os outros não podem ou não querem fazer? Para que equipa os pode convidar ou a que workshops podem assistir para aprenderem mais consigo? Como é que os vai surpreender e agradar? De que forma melhorou o mundo destas pessoas devido à sua ajuda? O que é que o/a torna único/a ou diferente?*

.....

.....

.....

O que faz

Pode ser útil redigir uma breve descrição do que faz e quais são as vantagens de trabalhar consigo. Leia os exemplos abaixo e siga o modelo para criar a sua descrição.

Uma mãe de família que quer ensinar ideias simples de bem-estar para partilhar com familiares pode dizer:
Ajudo as pessoas a descobrir soluções à base de óleos essenciais para a família, utilizando a vasta gama de produtos maravilhosos oferecidos pela dōTERRA.

Guru do fitness com filhos e hábitos de vida saudáveis:
Ajudo as mulheres a assumir o controlo do seu bem-estar através do movimento, de uma alimentação saudável e de um estilo de vida saudável em combinação com produtos naturais. Quero que se sintam melhor, sejam mais ativas e vivam vida ao máximo, sem falta de energia, mal-estar e baixa auto-estima. O meu objetivo é capacitá-las para darem prioridade a si próprias, mesmo que seja mais fácil colocar os outros em primeiro lugar.

A sua descrição

Ajudo/ensino/apoio ..... (quem)

a ..... (fazer o quê)

para que ..... (resultado),

em vez de ..... (alternativa menos vantajosa),

porque ..... (elemento distintivo/o que tem de diferente para oferecer).

Colabore com o seu mentor

Está neste negócio por si, mas pode sempre contar com alguém. A colaboração com um mentor da linha superior pode aumentar significativamente as oportunidades de sucesso para si e para a sua linha abaixo. Desde o início, defina expectativas claras para a sua colaboração, de modo a criar um ambiente favorável ao sucesso a longo prazo, no qual esta relação possa crescer juntamente consigo. Trabalhem em conjunto de forma eficaz e divirtam-se. Partilhe esperanças e sonhos com o seu mentor e pergunte-lhe quais são os dele.

O ideal é que todos os builders tenham um mentor. Mas nem sempre é assim. Na verdade, alguns dos builders mais bem-sucedidos da dōTERRA não tiveram apoio imediato da linha superior. Este guia foi concebido como uma ferramenta de formação completa, para que todos possam adquirir as bases necessárias para o sucesso. Em última análise, o sucesso dependerá inteiramente de si. Se for necessário, encontre um parceiro que o/a ajude a elaborar estratégias e a partilhar responsabilidades.

Uma relação de mentoria é uma parceria. Tire o máximo partido dessa parceria, definindo um plano claro, utilizando as seguintes informações:

Mentor

1. **Que acredite em si**. Preocupa-se com o seu sucesso. Acredita nas suas ambições. Acredita que fará o que for preciso para lá chegar.
2. **Que seja otimista**. Vê o que há de melhor em si e o seu potencial.
3. **Que seja íntegro**. Faz comentários úteis. Age com integridade.
4. **Que se foque no essencial.** Ajuda-o/a a manter-se concentrado no objetivo principal. Acompanha-o/a nos 5 passos para o sucesso.
5. **Que o/a oriente com base na experiência** e não apenas na teoria.

Decida quando ligar ao seu mentor

1. Qual é a situação?

2. Quais são as minhas opções?

3. Que devo fazer?

Primeiro, encontre as suas próprias soluções. Depois, se precisar de mais opções, contacte o seu mentor.

Builder

1. **Que esteja disposto/a a aprender.** Confie em processos e conselhos comprovados. Explore novas ideias e estratégias.
2. **Que seja otimista.** O entusiasmo é contagiante para os clientes e os builders durante as apresentações e os eventos.
3. **Que trabalhe arduamente.** Siga o cronograma para o sucesso definido por si próprio/a. Cumpra as promessas. Acima de tudo, procure ajudar os outros.
4. **Que seja ávido/a de conhecimento.** Observe, leia e estude os materiais de formação sobre os produtos e o negócio. O seu negócio é uma aprendizagem constante.
5. **Que seja sincero/a e responsável.** Mantenha um contacto regular com o seu mentor para aferirem resultados. Se tiver dificuldades, seja sincero/a com o seu mentor.
6. **Que encontre uma solução, não uma desculpa.** Honre os compromissos consigo próprio/a. Tudo o que vale a pena exige trabalho árduo, frustração e persistência. Seja resiliente. Pode acontecer que, por qualquer razão, só lhe apeteça "baixar os braços". Se isto acontecer, como é que gostaria que o seu mentor reagisse?

Inspirado no Capítulo 3 de Being the Starfish *de Neal Anderson*

Conselhos para organizar sessões estratégicas de sucesso

1. **Organize contactos regulares e recorrentes** com o seu mentor.
2. **Escolha a melhor forma de comunicação**, por exemplo, uma mensagem diária de manhã ou à noite e/ou chamadas semanais.
3. **Antes de cada sessão estratégica, envie uma mensagem ou um e-mail** com alguns pormenores sobre os sucessos e as dificuldades que encontrou na última semana e que gostaria de discutir. Pode utilizar a ficha de *Avaliação estratégica.*
4. **Ligue para o seu mentor à hora marcada.**
5. **Prepare-se** para recolher informações e encontrar soluções – não espere que o seu mentor resolva as coisas por si. Recorra ao seu mentor para conselhos estratégicos, não para uma terapia.
6. **Utilize o desenvolvimento pessoal contínuo** para ultrapassar limitações, estar mais bem preparado/a, encontrar soluções e criar estratégias eficazes.
7. **A sua linha superior adaptar-se-á ao seu nível de energia.** Invista no seu próprio sucesso para que invistam em si.

Avaliação estratégica

☐ Antes da sua sessão estratégica, envie uma fotografia deste formulário preenchido por mensagem ou correio eletrónico ao seu mentor.

1 Comunique e descubra

Que sucessos registou na semana passada? .....

O que é que contribui atualmente para fazer crescer o seu negócio? .....

Quais são os desafios que enfrenta no seu negócio? .....

2 Recapitule a semana anterior

Como correram as coisas na semana passada em relação aos seus três principais objetivos de ação? .....

Há algo que precise de alterar no futuro? .....

Escreva o número total de atividades concluídas na semana passada nos quadrados verdes e, em seguida, registe o seu objetivo para a próxima semana nos quadrados azuis.

P I P E S

Prepare (Preparar)

- Reserve tempo para as atividades **PIPES**
- Expanda a *lista de nomes*
- Faça sessão estratégica com linha superior
- Participe em chamadas com a equipa
- Faça formação sobre produtos
- Desenvolvimento pessoal diário

✓ Atividade realizada

Invite (Convidar)

Partilhe experiências:

- Amostra de óleos/ experiências
- A sua história
- Link para o vídeo
- Link para o site

Convide para:

- Workshop "Introdução aos óleos essenciais"
- Workshop "Introdução à construção do negócio"
- Consulta de Bem-Estar
- Apresente um workshop

Present (Apresentar)

Workshop "Introdução aos óleos essenciais" (organizar/apresentar)

Sessões individuais

Introdução à construção do negócio

Enrol (Inscrever)

Inscrição pessoal

Consulta de Bem-Estar

Inscrever no LRP

Disponível para apresentar cursos/ eventos

Disponível para construir um negócio

Support (Apoiar)

Introdução ao lançamento* com novos builders

Sessões estratégicas com os builders

Participar em formação contínua/trazer um convidado

Promover formações/eventos com a equipa

Participar numa formação de equipa/trazer um builder

Concentre-se em convidar, apresentar e inscrever para construir a sua rede PIPES.

Faça um círculo nas áreas onde observa uma quebra de atividade. Concentre as ações da próxima semana nessas áreas em particular.

3 Objetivos para a semana seguinte

Consultar o planificador de qualificação para escolher as principais ações da semana.

Objetivos para este mês:

Classificação: **Power of 3:** 42 €, 212 €, 1 275 €

3 ações principais O que é necessário fazer?	**O seu contributo** Como irá fazê-lo?	**Apoio da sua linha superior** De que tipo de apoio necessita?	**Data de conclusão**
			___ / ___
			___ / ___
			___ / ___

4 Progressos

De que formação/desenvolvimento pessoal está a beneficiar? O que mais poderia aumentar as suas convicções, conhecimentos e competências?

.....

5 Avisos importantes

Chamadas com a equipa, promoções da empresa, eventos, etc.

.....

O meu sucesso depende de mim. Eu escolho as ações que tomo. Procuro e adquiro a formação necessária para melhorar os meus resultados. Ultrapasso os estereótipos limitadores, construo o meu caráter e amplio a minha influência à medida que atinjo os meus objetivos.

A chave do sucesso

O seu sucesso depende de si.

Defina o seu próprio ritmo. Este guia sugere-lhe o ritmo ideal.

Dispõe dos recursos necessários.

Está neste negócio por si, mas pode sempre contar com alguém. A sua linha superior e a empresa estão empenhadas em fornecer-lhe formação, recursos educativos e ferramentas para o seu sucesso.

Aprenda, observe, faça, cresça.

A formação segue esta linha: aprenda cada passo, observe como se faz, faça, meça os resultados, receba feedback e progrida ao repetir estas ações.

Defina o seu objetivo.

Escolha tornar-se independente e bem-sucedido/a o mais rapidamente possível.

O sucesso leva tempo.

Dependendo da consistência e eficácia dos seus esforços e do crescimento que decidir criar, poderá:

- Em 90 dias, ganhar o suficiente para pagar as suas encomendas e o seu stock.
- Em 1 ano, ganhar um rendimento a tempo parcial.
- Em 2–3 anos, ganhar um rendimento significativo.
- Em 5–7 anos, tornar-se um/a profissional de topo e ganhar um rendimento de alto nível.

É necessário muito trabalho.

Ao contrário de um emprego por conta de outrem, em que se é movido por forças e expectativas externas, para se ser um bom empresário é necessário reestruturar a mente e concentrar-se na criação, no contributo, no objetivo e na paixão. Você é agora a sua própria força motriz.

O crescimento é essencial.

Torne-se mais para ganhar mais. Os builders com quem trabalha progredirão ao seu próprio ritmo. Inscreva mais membros para criar maiores possibilidades de crescimento e não ficar limitado pelo ritmo de cada Builder. Por exemplo, se o seu objetivo for a categoria Prata, trabalhe com quatro legs ("pernas") em vez de três.

O conhecimento liberta.

As competências de que necessita não são complexas, mas deve praticá-las, utilizá-las e aperfeiçoá-las ao longo do tempo.

Concentre a sua atenção.

Concentre-se em atividades lucrativas que alarguem a sua rede e eliminem as distrações. Canalize a sua energia. A energia flui para onde está a sua atenção.

Arrisque.

As pessoas podem sentir-se assustadas quando se afastam do seu próprio mundo e se aproximam de um novo. Pode sofrer rejeição e contratempos. Opte por continuar a seguir os seus sonhos.

Os dois lados do frasco

dōTERRA™

A sua parceria com a dōTERRA é um acordo bilateral. De um lado do frasco está a gestão da dōTERRA. Do outro lado está você, que dá a conhecer estes óleos preciosos ao mundo. Através de meios responsáveis de obtenção de matérias-primas, da criação de comunidades e da investigação inovadora, a dōTERRA fornece óleos essenciais CPTG™ de qualidade inigualável – dádivas da Terra – da fonte até ao consumidor, recompensando generosamente as pessoas que colaboram neste esforço.

Consultor de Bem-Estar

Quando oferece óleos essenciais puros como uma solução natural de bem-estar, convida as pessoas à sua volta para um mundo de possibilidades e, ao mesmo tempo, orienta, apoia e educa aqueles que se sentem compelidos a servir a eficácia destas dádivas da Terra.

Fonte › Frasco › Validação › Envio › Recompensa

Partilhar › Convidar › Resolver › Capacitar › Liderar

Convidar

Mudar a vida dos outros

No final da fase "Convidar", terá partilhado amostras, histórias e convites com as pessoas da sua lista de nomes, preparando-as para uma experiência positiva durante as suas apresentações.

O sucesso não é imediato. Nem o fracasso é instantâneo. Ambos são o resultado de uma ligeira vantagem, do poder das ações diárias acumuladas ao longo do tempo.

—

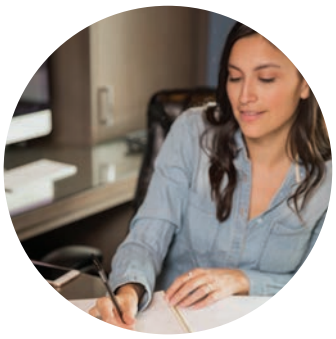
Jeff Olsen

Prepare-se para partilhar

A dōTERRA é um negócio baseado nas relações. Quando começar a partilhar, dedique tempo a criar e a cultivar relações.

No momento mais oportuno, pergunte às pessoas quais são as suas prioridades em matéria de bem-estar e ofereça soluções possíveis, através de experiências e amostras. Se se mostrar disponível, os outros ficarão naturalmente recetivos ao que tem para oferecer. Quanto mais experiências positivas as pessoas tiverem consigo e com os óleos essenciais, mais irão querer aprender.

Desperte este interesse nos outros, partilhando primeiro as suas experiências. Muitas oportunidades para partilhar irão surgir naturalmente no decurso das suas atividades diárias (num encontro social, em eventos desportivos, nas redes sociais, na fila da loja, etc.).



A sua história

Dedique algum tempo a realizar o exercício *Partilhe a sua história* (p. 36). Contar a sua história com mensagens simples e relevantes fará toda a diferença. As histórias desencadeiam emoções e ajudam os outros a reconhecer-se nessas experiências, criando expectativas. Quanto mais clara for a sua mensagem, mais os potenciais clientes saberão com o que estão a concordar.

Experiência com óleos essenciais

Quando lhe parecer apropriado, crie formas de as pessoas experimentarem os óleos essenciais utilizando os seus próprios frascos (por exemplo, ofereça uma gota de um óleo que tenha na sua mala ou no porta-chaves). Tenha os seus materiais sempre à mão para ajudar os outros na descoberta de soluções naturais.

Oferecer amostras

Ao preparar amostras para partilhar, considere o seguinte:

- Personalize as amostras de acordo com necessidades e interesses específicos. Concentre-se em áreas em que pode facilmente oferecer ajuda.
- Ofereça amostras de óleos que tenham um forte impacto (p. ex. Laranja Selvagem, Deep Blue™, Lavanda, Hortelã-Pimenta, PastTense™).
- Disponibilize o guia *Ser saudável pode ser simples* com conselhos de utilização das amostras e os seus dados de contacto no verso.

Conselhos

- Tenha amostras sempre consigo.
- Solicite sempre um contacto.
- Utilize amostras dōTERRA já prontas.

A sua história é a ferramenta mais importante para influenciar a sua missão, a sua mensagem e o seu movimento, permitindo-lhe criar o rendimento e o impacto de acordo com o seu potencial.

Chris Smith

Partilhe a sua história

Quando partilha testemunhos sobre como as soluções dōTERRA podem fazer a diferença, desperta a curiosidade e cria valor. Desta forma, os potenciais clientes querem saber mais e estão mais dispostos a ouvir.

Escreva e aperfeiçoe a sua história para a poder utilizar quando ouvir as necessidades dos outros. O seu objetivo é partilhar todas as possibilidades. Quando chegar o momento, conte a sua história e personalize-a, tornando-a relevante para o seu interlocutor.

Histórias sobre produtos

Esteja preparado/a para partilhar a sua paixão pelos produtos dōTERRA e porque estes são importantes para si.

- Em que situação se encontrava ao nível do bem-estar? Quanto tempo durou? Que problemas lhe criou?
- O que é que experimentou? Que resultados obteve? Quanto é que isso lhe custou?
- O que o/a levou a experimentar a dōTERRA? O que é que estes produtos tinham de diferente?
- Que tipo de resultados começou a notar? Como é que estes produtos mudaram a sua vida?
- Como está a sua vida agora? Que rumo tomou e o que pretende fazer no futuro?

De que forma acha que os produtos dōTERRA irão satisfazer as necessidades das pessoas e mudar as suas vidas?

Histórias sobre o negócio

Esteja preparado/a para partilhar as suas esperanças e sonhos e explicar como a oportunidade dōTERRA tem o potencial para o/a ajudar a construir o seu futuro.

- Onde estava antes da dōTERRA? Provavelmente tinha dois empregos, estava cansado/a de fazer horas extraordinárias ou farto/a do ambiente de trabalho.
- Onde se encontra agora? Provavelmente está em vias de deixar o seu emprego atual e está disposto/a a experimentar algo novo ou a concentrar-se num novo objetivo.
- O que pretende alcançar com o negócio dōTERRA? Qual é a sua motivação? (por exemplo, concretizar os seus próprios sonhos em vez de os de outra pessoa, ter o potencial de gerar um rendimento estável dando formação sobre óleos essenciais a outras pessoas). Qual é a sua causa?

De que modo o negócio dōTERRA vai ao encontro das necessidades das pessoas e muda as suas vidas?

Partilhar e contactar

Mantenha-se aberto/a e atento/a ao criar oportunidades para partilhar e convidar, independentemente do local ou da pessoa com quem se encontra.

Procure e crie oportunidades em que a partilha faça sentido e ocorra naturalmente. Quer se trate de uma relação existente ou de uma pessoa nova, crie confiança em cada interação.

Não é necessário ser um especialista para estabelecer contactos e partilhar eficazmente. Basta ser autêntico/a. Descubra o que é mais importante para cada pessoa com quem interage, interessando-se genuinamente por quem ela é, pelo que está a passar e como pode ajudá-la. Não hesite em utilizar ou adaptar os guiões abaixo.

Comunicar e descobrir

1 Contacte alguém com quem não tenha falado recentemente.

Quando alguém recebe um telefonema de uma pessoa com quem não fala há algum tempo, é entusiasmante, especialmente se a conversa correr bem. Mas se essa conversa se transformar num discurso de vendas, a sensação de genuinidade pode desaparecer rapidamente. Quando estabelecer contacto desta forma, seja sincero/a e direto/a.

Pessoalmente ou ao telefone, inicie uma conversa e crie uma ligação.

Como está? E a família como vai?

Fale o quanto quiser, desde que se sinta confortável. Passado algum tempo, avance para o motivo do telefonema.

Já passou tanto tempo e gostaria de falar consigo sobre algo em particular.

Continue a estabelecer ligações durante a conversa e a criar uma boa relação.

Faça uma ligação às soluções que oferece

2 Partilhe a sua história e desperte a curiosidade

Conte como os produtos o/a ajudaram a si e à sua família (faça referência à sua história na página 36). Seja específico/a. Seja simples e direto/a. *Sabe, tivemos um problema com... Os óleos essenciais dōTERRA ajudaram-nos muito!*

Indique as possibilidades:

A. Gostaria de lhe falar mais sobre métodos naturais para se sentir bem. O que sabe sobre óleos essenciais?

B. Eu adoro óleos essenciais e adoro falar sobre eles! Tenho a certeza de que também vai gostar. Já experimentou algum?

C. Para muitas pessoas, é importante ter um estilo de vida saudável, comer bem, praticar exercício regular, ter uma boa noite de sono e livrar-se de produtos tóxicos em casa. É este o seu caso? O que está a fazer para... ? O que é que sabe sobre óleos essenciais?

3 Identifique o problema e meça o impacto

Torne a comunicação relevante, fazendo perguntas para descobrir as prioridades e acrescentar valor à conversa. Desta forma, poderá adaptar mais naturalmente as soluções que oferece às necessidades do seu interlocutor. *No que diz respeito ao seu...* (p. ex. bem-estar), *o que gostaria de melhorar? Qual é o impacto que isto tem em si? Há quanto tempo está a lidar com esta situação? Quanto é que lhe custou até agora?*

Não julgue cada dia pelos frutos que colheu, mas pelas sementes que semeou.

—

Robert Louis Stevenson

Uma breve conversa

Se a relação já estiver estabelecida, comece por aqui

Quando contactar pessoalmente ou por telefone: partilhe uma história pessoal simples mas impactante, ou o testemunho de outra pessoa que possa interessar ao seu interlocutor.

Convide-o a experimentar uma amostra ou ofereça-lhe uma experiência com óleos essenciais.

A. Com conhecimento de uma necessidade particular: *Pensei no óleo de ____* (indique um óleo) *porque sei que está à procura de uma solução para ____* (um membro da família). *Gostaria de lhe oferecer uma amostra grátis de um óleo essencial. São mais fiáveis, mais seguros, mais baratos e muitas vezes mais eficazes do que as soluções sintéticas modernas. Gostaria que o experimentasse. Posso passar por cá amanhã para lhe trazer a amostra?*

B. Sem conhecimento de uma necessidade particular: *Tenho tido excelentes resultados com óleos essenciais e pensei em si...* (partilhe uma história pessoal simples mas impactante ou o testemunho de outra pessoa que possa interessar ao seu interlocutor.). *Todos temos problemas. Gostaria muito de lhe oferecer uma amostra de óleo essencial para experimentar. Estará por cá amanhã para que eu lhe possa trazer uma amostra?*

Em seguida, avance para o passo 5.

Criar experiências

Existem muitas forma de "experimentar" a dōTERRA. Os testemunhos são muitas vezes suficientes para fazer com que as pessoas queiram saber mais. Depois de dar o seu, pergunte: *estaria disposto/a a experimentar algo natural?* Ou: *não se importaria que eu lhe mostrasse como?*

De seguida, proponha uma das seguintes opções:

- Ofereça uma amostra (ver pormenores abaixo).
- Marque uma reunião individual: *Porque não marcamos um encontro para conversarmos melhor sobre os seus objetivos de bem-estar?*
- Partilhe um link: *Vou enviar-lhe um link sobre ____. Dê uma vista de olhos.*

4 Convide a experimentar

Uma das melhores maneiras de convencer um potencial cliente a acreditar nos produtos dōTERRA é fazer com que ele os experimente. É para isso que servem as amostras. Cada gota de óleo partilhada desperta interesse, aumenta a confiança e cria razões convincentes para querer mais. Uma partilha eficaz de amostras resultará em mais participantes nos workshops, inscrições, encomendas do LRP e muito mais. Os guiões que se seguem servem de modelo.

Peça permissão para oferecer uma amostra:

A. *Se eu lhe der uma amostra, promete experimentá-la durante alguns dias?*

B. *Sabia que os óleos essenciais podem ajudar nesta situação? Posso oferecer-lhe uma amostra?*

C. *Posso oferecer-lhe um conjunto-oferta de óleos essenciais?* Um conjunto-oferta pode conter uma ou duas amostras e um folheto.

5 Oferecer amostras

- Ofereça amostras centradas em uma ou duas necessidades para obter resultados específicos.
- Ofereça uma quantidade para dois dias (aproximadamente 10–15 gotas).
- Ofereça uma amostra para as necessidades mais simples dessa pessoa ou uma amostra genérica constituída por um óleo mais comum.
- Inclua um exemplar do guia *Ser saudável pode ser simples* ou um folheto informativo.
- Mostre ou explique como utilizar a amostra.

Pergunte à pessoa se pode voltar a contactá-la dentro de 48 horas e fique com os seus dados de contacto:
Posso telefonar-lhe daqui a uns dias para saber a sua opinião?

Instruções sobre como utilizar a amostra

É muito mais eficaz oferecer uma amostra com instruções do que esperar que os potenciais clientes descubram por si próprios o que fazer. *Faça o seguinte: esta noite, antes de se deitar, use a ponta dos dedos para massajar algumas gotas do dōTERRA Serenity™ nas têmporas e na nuca. Volto a ligar-lhe daqui a dois dias para saber como correu. Qual é a melhor hora para lhe telefonar?*

6 Defina expectativas

Certifique-se de que os potenciais clientes têm expectativas razoáveis quanto ao resultado quando utilizam uma amostra, de modo a criar um ambiente em que se sintam à vontade para explorar soluções consigo, em vez de correr o risco de os desiludir. *Cada pessoa é diferente, pelo que os resultados podem variar de pessoa para pessoa. Se o primeiro óleo que experimentar não lhe der os benefícios que procura, podemos tentar outra opção. Estou confiante de que encontraremos o óleo certo para si, para que possa começar a utilizar soluções mais seguras, eficazes e naturais em sua casa e ao seu alcance.*

7 Pergunte como correu a experiência

Passados dois dias, contacte a pessoa por telefone. Escolha a resposta adequada:

Experiência positiva

Experimentou a amostra.

- Convide-a para um workshop (utilize o guião nas páginas seguintes).
- Ofereça uma amostra como incentivo para assistir ao workshop.

Sem resultados

Não correu bem. OU **não notou diferença.**

- Não responda – limite-se a escutar.
- Reafirme a sua experiência.
- Faça perguntas para ver se a pessoa deve usar a amostra durante mais dias, mais vezes por dia ou com um método de aplicação diferente.

Seja paciente e ajude-a a encontrar uma solução. Ou, se necessário, ofereça uma nova amostra.

Não experimentou

Não experimentou a amostra.
Incentive a pessoa a experimentar, dando-lhe exemplos de como utilizar o óleo recomendado. Diga que lhe vai telefonar amanhã para saber como correu.

Quando voltar a ligar, utilize as ideias apresentadas nas colunas **Experiência positiva** ou **Sem resultados** para prosseguir a conversa, consoante a pessoa tenha ou não experimentado o óleo.

Conselho

Se uma pessoa deixar de lhe responder, não desanime: parta do princípio de que esteve ocupada com outra coisa e retome a conversa sobre a dōTERRA noutra altura.

Convide a saber mais

Tenha em conta o nível de confiança.
O facto de colocar o nome de uma pessoa na sua lista não significa que tenha de a convidar imediatamente para um workshop. Ninguém gosta de vendedores insistentes, mas todos apreciam quando alguém se preocupa o suficiente para partilhar algo extraordinário. Faça um convite para saber mais, de preferência depois de um potencial cliente ter tido uma experiência positiva com os seus produtos. Evite enviar convites em massa. Utilize as seguintes sugestões e guiões para personalizar os seus convites.

Um convite eficaz é:

- **Personalizado**: utilize o primeiro nome.
- **Entusiasta**: descreva um benefício ou uma vantagem.
- **Direto**: "Organizei um workshop. Gostaria de participar?"
- **Específico**: refira qual o tema a ser abordado.
- **Limitado**: indique um período de tempo limitado para uma promoção especial ou para o evento.
- **Especializado**: "Venha aprender comigo" ou "Venha aprender com um convidado especial".
- **Atento**: mostra um interesse genuíno e que se preocupa com as necessidades dos outros.

O momento ideal para convidar alguém é depois de uma experiência positiva com óleos essenciais ou de um testemunho eficaz. Pode utilizar os seguintes guiões como inspiração para personalizar os seus próprios convites:

Convide para um workshop

A. *Gostaria de partilhar mais informação consigo. Estou a organizar um workshop com um excelente formador no dia ___ ou, se preferir, podemos encontra-nos separadamente. Como é melhor para si?*

B. *Uma vez que teve uma experiência tão positiva, recomendo-lhe que descubra mais sobre como utilizar os óleos essenciais em casa. Estou a organizar um workshop no dia ___ ou, se preferir, podemos encontra-nos separadamente. Como é melhor para si?*

C. *Se gostou do óleo de ___* (nome do óleo)*, queria dar-lhe a conhecer outro óleo essencial. Recomendo que participe no workshop de "Introdução aos óleos essenciais" no dia ___ ou no dia ___. O que irá aprender pode mudar a sua vida. Seria um prazer contar consigo. Qual é a melhor data para si?*

D. *Como já referi, tenho vindo a aprender sobre óleos essenciais, os quais passaram a desempenhar um papel muito importante para mim e para a minha família. Utilizamo-los para tudo. Sei que tem tido problemas com _____ . Estou a organizar um breve workshop e gostaria muito que estivesse presente. Vai realizar-se na minha casa, na quinta-feira às 19h00. Se não puder ir, podemos encontrar-nos na próxima semana. Como é melhor para si?*

Ao propor duas opções de data e hora, aumenta consideravelmente as hipóteses de obter uma resposta positiva. Faculte pormenores depois de a pessoa se ter comprometido. Informe que lhe telefonará com mais detalhes alguns dias antes do workshop.

Convide para uma sessão individual

Normalmente, encontro-me com as pessoas online ou presencialmente, pergunto-lhes quais são os seus objetivos em matéria de bem-estar e sobre o que gostariam de saber mais. Passamos cerca de 30 minutos juntos. Sem compromisso, apenas uma oportunidade de descobrir ferramentas poderosas que vão ao encontro das suas necessidades. Quando tivermos encontrado algumas soluções adequadas para si, explicar-lhe-ei a melhor forma de começar. Estaria interessado?
Então, marque uma data e uma hora.

Convide para assistir a um vídeo/webinar

Disse-me que tem interesse em _____ (assunto)*. Vou enviar-lhe um link com um vídeo sobre o tema. Espero que goste!*

Relembrar o compromisso

Seja qual for o tipo de apresentação, peça autorização para relembrar os seus convidados de comparecer no evento.

Uma chamada ou um SMS podem fazer toda a diferença. Partilhe o seu entusiasmo. Atenção: trata-se apenas de um lembrete porque a presença já tinha sido confirmada.

Ligue para os convidados 48 horas antes da apresentação para lembrá-los de comparecer. *Conto consigo na quinta-feira, às 19 horas! De certeza que irá aprender muito com ____. Irá descobrir formas fantásticas de apoiar a sua família de uma forma natural. Traga um acompanhante e receba um pequeno presente.*

Envie um SMS 2–4 horas antes da apresentação. Volte a manifestar o seu entusiasmo. Acrescente alguma informação útil. *Estou a contar com a sua presença hoje, onde irá descobrir soluções incríveis para si e para a sua família. Quando chegar, pode estacionar à entrada ou na rua.*

Convide sem oferecer amostras

Por vezes, um convite pode ser feito diretamente, sem oferecer amostras de produtos.

Siga a sugestão dos guiões abaixo para formular as conversas certas que conduzem a convites bem-sucedidos.

Convite para um workshop

Estou a organizar um pequeno workshop sobre o bem-estar. Irá decorrer na minha casa e durará cerca de 45 minutos. Analisaremos juntos os seus objetivos de bem-estar e, se no final encontrar algo que gostaria de experimentar, ótimo! No entanto, se não quiser experimentar nada, não há problema algum, mas tenho a certeza de que vai gostar! Estaria interessado/a? Perfeito! Tenho uma sessão da quarta-feira às 19 horas e outra na sexta-feira ao meio-dia. Qual é o melhor dia para si?

Convite para reunião individual

Estou a contactar todos os meus amigos para marcar uma reunião de 30 minutos durante a qual irei analisar objetivos de bem-estar, dar algumas dicas sobre óleos essenciais e outros produtos naturais e falar sobre as várias opções disponíveis. Se encontrar algo que gostaria de experimentar com a sua família, ótimo! No entanto, se não quiser experimentar nada, não há problema algum. Mas, pelo que sei sobre o seu estilo de vida, tenho a certeza de que irá gostar! Estaria interessado/a?

As 3 formas de convidar

Existem três formas através das quais posso acompanhar os meus clientes no seu percurso com a dōTERRA. A primeira consiste em ajudá-los a usar os produtos, a aprofundar conhecimentos e a conhecer outras pessoas que estejam interessadas em soluções naturais. A segunda consiste em ajudá-los a cobrir o custo dos seus produtos e talvez até ganhar algum dinheiro extra ao apresentar a dōTERRA a outras pessoas. E a terceira forma é para aqueles que dizem: "Sei que é importante ter várias fontes de rendimento e interesso-me muito pelo bem-estar natural. Gostaria de poder criar um negócio que possa fazer a tempo parcial a partir de casa". Qual destas formas se adequa melhor a si? Ótimo!

Se a pessoa optar pela primeira, responda algo como:
Então, o passo seguinte é assistir a um workshop. Estou a organizar um para quinta-feira!

Se a pessoa optar pela segunda ou a terceira, responda: *Então, o passo seguinte é organizarmos uma reunião. Reservo um tempo todas as semanas para falar sobre as várias opções disponíveis. Estou livre à terça-feira às 19:00 e à quinta-feira às 12:00. Qual é a melhor altura para si?*

O plano ideal para partilhar e convidar

As pessoas que conheço que têm uma boa rede de contactos –aquelas que recebem muitas recomendações e estão realmente felizes consigo próprias– colocam sempre as necessidades dos outros à frente das suas.

Bob Burg

Convidar

Alcançar mais pessoas

O segredo para fidelizar clientes e gerar muitas recomendações é construir relações fortes que vão além da esfera comercial.

Uma das melhores formas de aumentar a sua *lista de nomes* é deixar que os outros o façam por si. Incentive as pessoas a falar sobre os óleos essenciais e os seus benefícios. Desta forma, chegam a mais pessoas utilizando o poder da comunidade.

Formas de estabelecer contacto

- Aprenda a tirar partido das redes sociais para o seu negócio graças à formação Social Media Academy da dōTERRA em europetraining.doterra.com.
- Subscreva o doTERRA Social para criar, agendar e publicar facilmente conteúdos em várias redes sociais, utilizando os mais recentes recursos profissionais para personalizar o seu negócio.
- Utilize as redes sociais e os workshops para apresentar testemunhos. São estes testemunhos que vendem produtos e oferecem um panorama geral ao público. Por exemplo, pergunte aos seus seguidores no Facebook qual é o seu óleo favorito e ofereça um presente. Ou peça feedback sobre as amostras que ofereceu. Não perca de vista histórias e vídeos interessantes para poder partilhar mais tarde.
- Faça parcerias com influenciadores que adoram óleos essenciais e que têm muitos seguidores, para que possa chegar a mais pessoas.
- Convide um especialista a adicionar óleos essenciais aos seus serviços.
- Descubra novos grupos e comunidades, conheça os seus membros, ajude ou ofereça-se para ensinar ou monte um stand num evento.
- Volte a contactar pessoas que ainda não aceitaram uma amostra, ou um convite para obter mais informações ou para participar num workshop.
- Organize workshops num estabelecimento comercial local. Pendure panfletos.
- Realize estudos sobre óleos essenciais com a sua linha superior.

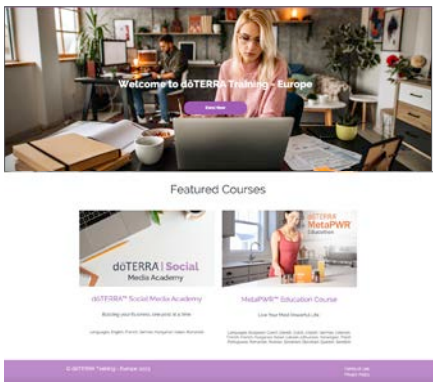
Alcance mais pessoas através das redes sociais

As redes sociais podem ser extremamente eficazes para alcançar mais pessoas e expandir a sua área de influência. Saiba como promover o seu negócio online com a dōTERRA Social Media Academy.

Criar um programa de recomendações

A maioria dos builders tende a inscrever primeiro pessoas do seu mercado próximo, ou seja, pessoas com quem já estabeleceram uma relação. A criação de um programa de recomendações é uma excelente forma de incentivar as pessoas a recomendarem-no/a aos outros. Também demonstra a sua confiança nos seus produtos e serviços, uma vez que transmite aos outros a fiabilidade para que o/a recomendem à família, amigos, colegas, etc. Existem várias formas de criar o seu programa de recomendações.
Eis algumas sugestões:

- Tenha sempre produtos disponíveis para oferecer durante os eventos.
- Tenha produtos disponíveis para recompensar uma recomendação, a inscrição de uma pessoa recomendada, etc.
- Crie um formulário online (por exemplo, um questionário do Google) que os seus clientes possam partilhar.
- Envie um cartão de agradecimento que inclua uma oferta de recompensas adicionais se o/a recomendarem a mais pessoas.



Apresentar e Inscrever

Partilhe a mensagem com um apelo à ação

No final das fases "Apresentar" e "Inscrever", será capaz de organizar workshops e sessões individuais com confiança, bem como inscrever pessoas que assistiram a essas apresentações e posicioná-las eficazmente na sua estrutura de vendas.

O entusiasmo é um dos motores mais poderosos do sucesso. Nunca nada de grande foi alcançado sem entusiasmo.

—

Ralph Waldo Emerson

Organizar apresentações

O próximo passo para os potenciais clientes é assistir a uma apresentação onde possam ter uma ideia do que a dōTERRA oferece, seja através dos seus produtos revolucionários como da oportunidade de negócio. Quando organizar os seus primeiros workshops e sessões individuais, peça ajuda à sua linha superior para fazer uma apresentação eficaz. Ao estudar os pormenores das apresentações bem-sucedidas de "Introdução aos óleos essenciais" nas páginas seguintes, tenha em mente que estes foram concebidos para um workshop. Adapte o que aprender de acordo com as suas necessidades para melhor se adequar a um contexto individual ou online.

Opções de apresentações

Encontre formas eficazes de transmitir a mensagem da dōTERRA. Familiarize-se com as vantagens de cada formato apresentado abaixo e escolha o mais adequado, de acordo com o local, as circunstâncias e o horário de cada apresentação.

Sessão individual

Crie uma atmosfera intimista e personalizada.

Leve consigo uma ficha informativa, um formulário de inscrição, um difusor, óleos e amostras para oferecer (pode levar um estojo com amostras de óleos), um guia de referência sobre óleos essenciais e produtos que possam dar resposta às necessidades do potencial cliente. Consulte mais sugestões no *Planificador de workshops*.

Pergunte com antecedência (ou no início da apresentação) quais são as necessidades do cliente ou se tem alguma dúvida.

Utilize um computador portátil, tablet ou smartphone para reproduzir os vídeos e efetuar a inscrição.

Chamada a 3

Semelhante a uma reunião individual, mas com o apoio e a credibilidade da sua linha superior.

Marque uma data e hora conveniente para a sua linha superior e o potencial cliente.

Envie as fichas informativas por correio ou e-mail com antecedência.

Certifique-se de que todos têm o número de telefone ou o link correto antes da chamada para evitar atrasos.

Decida antecipadamente quem irá iniciar e conduzir a chamada e partilhe com a sua linha superior o que sabe sobre o potencial cliente e as respetivas preocupações/necessidades.

Workshop sobre óleos essenciais

O objetivo de um workshop é inscrever clientes para que possam iniciar a sua viagem, e não ensinar-lhes tudo sobre os produtos.

Quer seja em casa, no escritório, num café ou noutro local, a criação de experiências com óleos essenciais no seio de um grupo ajuda as pessoas a sentirem-se mais confiantes e informadas num ambiente descontraído.

Descreva os principais benefícios dos produtos e explique como contribuem para o bem-estar.

Faça perguntas durante a apresentação e permita que os participantes respondam e relatem as suas experiências.

Faça circular os óleos. Crie experiências com os produtos durante a sessão.

Dirija-se aos participantes pelo nome para personalizar a apresentação.

Após a sessão, ofereça bebidas aromatizadas com óleos essenciais, para incentivar o convívio e a permanência, dando-lhe tempo para responder a perguntas e facilitar as inscrições.

Considere a possibilidade de gravar as suas apresentações para as visualizar mais tarde e as aperfeiçoar.

Apresentação virtual

Utilize o Zoom, o Facebook, o FaceTime ou outras plataformas para comunicar com os clientes mais distantes de uma forma fácil e flexível, ou para realizar workshops ou sessões individuais mais imediatas..

Envie as fichas informativas por correio ou e-mail com antecedência.

Certifique-se de que tanto você como os participantes têm os dados de acesso, o software, a aplicação ou os links necessários com antecedência. Isto evita interrupções desnecessárias e perdas de tempo.

Agende um contacto com cada cliente potencial depois de terem participado ou visionado uma apresentação..

Durante essas conversas, convide-os a inscrever-se.

Opcional: assista a uma apresentação com os convidados. Outra opção para incentivar os potenciais clientes a assistir a uma apresentação introdutória é assistir à mesma com eles. Se possível, encontrem-se antes para irem ao evento ou para assistirem à transmissão juntos. Ajude-os a registar-se durante o evento ou contacte-os novamente para o fazer no prazo de 48 horas.

Utilize o Planificador de workshops para criar uma boa experiência para todos os participantes (ver página seguinte).

Planificador de workshops

Na qualidade de apresentador e Builder anfitrião, utilize esta ficha para distribuir responsabilidades e preparar uma sessão eficaz. Uma boa planificação permite-lhe concentrar-se nos seus convidados, para os ajudar a encontrar as soluções certas para as suas necessidades.

Anfitrião: ..... Título: ..... Apresentador: .....

Data: ..... Localização: .....

1 Preparação

☐ **Convide e confirme participantes**	Os convites devem ser enviados com 1–2 semanas de antecedência. Proporção normal: 15 convites = 7 a 10 participantes.	
☐ **Prepare os participantes antes da sessão**	• Partilhe uma amostra ou uma experiência com óleos essenciais. • Ofereça o guia *Ser saudável pode ser simples* com a amostra.	• Certifique-se de que vai proporcionar uma experiência positiva com os produtos antes de enviar os convites. • Consulte os guiões nas páginas 33–43 deste guia.
☐ **Prepare o local**	• Escolha um espaço bem ventilado e com boa iluminação. • Disponibilize algumas cadeiras, indo buscar mais se necessário. • Elimine previamente eventuais distrações.	• Crie um espaço para o apresentador dispor os produtos de uma forma simples. • Coloque num difusor de óleos que contribuam para a boa disposição (p. ex. Citrus Bliss™, Laranja Selvagem).
☐ **Prepare bebidas**	• Prepare água com óleos essenciais de Limão, Laranja Selvagem ou Tangerina. Ofereça aos convidados à chegada para lhes proporcionar uma experiência imediata com óleos essenciais.	• Ofereça snacks aromatizados com óleos essenciais (encontrará ideias no blogue da dōTERRA). • Sirva após a sessão para que os convidados permaneçam mais tempo.
☐ **Defina objetivos**	• Número de participantes: ..... • Número de inscritos:	• Número de workshops agendados: ..... • Número de novos builders: .....
☐ **Prepare uma história e a apresentação**	• Verifique se o organizador preparou a sua própria história sobre a dōTERRA e uma apresentação do orador convidado.	

2 Apresentação

☐ **O papel do Builder**	**Workshop 1** • Boas-vindas/partilha de história • Introdução/apoio ao apresentador • Experiência com óleos essenciais	**Workshop 2** • Boas-vindas/partilha de história • Introdução/apoio ao apresentador • Experiência com óleos essenciais • Apresentar parte do workshop	**Workshop 3** • Boas-vindas/partilha de história • Apresentar totalidade do workshop • Experiência com óleos essenciais	Fluxo de formação para novos apresentadores
☐ **Papel do apresentador da linha superior**	• Apoio ao anfitrião • Apresentar totalidade do workshop • Partilha de história	• Apoio ao anfitrião • Apresentar parte do workshop • Partilha de história	• Apoio ao anfitrião • Partilha de história	
☐ **Reunir materiais didáticos** *Decidir quem os fornece*	• Fichas informativas • Formulários de inscrição • Canetas • Óleos essenciais para fazer circular • Difusor • Produtos de exposição • Guias de referência sobre óleos essenciais • Guias *Live*, *Share* e *Build*	Opcional: • Amostras pré-embaladas para oferecer • Oferta para o anfitrião • Incentivos à inscrição • Incentivos à participação em workshops • Calendário para agendar workshops e Consultas de Bem-Estar	• Guias sobre produtos • Convites/folhetos para o próximo workshop/evento	
☐ **Envolva os membros da equipa**	Proporção ideal: um Consultor de Bem-Estar para cada três convidados para um melhor acompanhamento das inscrições.			

3 Próximo workshop

Incentive os convidados a trazer um amigo para a próxima sessão.

Anfitrião: ..... Título: ..... Apresentador: .....

Data: ..... Localização: .....

Apresentar com confiança

Quanto mais dominar as técnicas de apresentação, mais confiante se tornará. Prepare-se e prepare as suas respostas com antecedência para manter a concentração quando chegar o momento. Tenha consciência dos resultados que pretende alcançar. Anote as suas expectativas para cada apresentação (por exemplo, número de inscrições, volume, sessões marcadas, novos builders) e depois faça o que for necessário para as concretizar.

Apresentação eficaz de produtos

- **Seja acolhedor/a e cativante.** Sorria e estabeleça uma ligação com os participantes.
- **Transmita clareza e confiança.** Se não souber uma resposta, diga: "Vamos procurar a resposta juntos!"
- **Tenha consciência da sua linguagem corporal.** Mais de 75% da comunicação é não verbal.
- **Estabeleça contacto visual.** Adote gestos abertos e acolhedores.
- **Relacione-se com o público.** Conte a sua história e mostre as suas vulnerabilidades.
- **Ensine os convidados a se apoiarem nos recursos**, e não unicamente em si. Deixe que as fichas informativas e outros recursos sejam os especialistas. Se for simples, pode ser replicável. Os futuros builders precisam de pensar: "Eu consigo fazer isto!"
- **Envolva o público.** Faça perguntas interessantes. Deixe que o público partilhe as suas preocupações e experiências.
- **Deixe que os participantes usem os óleos!** Crie experiências com os produtos durante o workshop. Espere que os óleos façam a sua magia.
- **Desafie as pessoas** a utilizar os óleos em casa. Utilize os incentivos para despertar o entusiasmo.
- **Seja conciso/a.** As apresentações devem durar menos de uma hora para manter o interesse. Reserve tempo no final para responder a perguntas e inscrever os participantes.
- **Tenha em atenção** a energia que transmite à sua apresentação. Pense de forma positiva, partindo do princípio de que os participantes se vão inscrever. Evite uma atitude desesperada, insistente ou centrada nas vendas.
- **Seja profissional.** A forma como se veste e se comporta influencia a sua credibilidade. Pratique a apresentação para que as suas palavras tenham um tom mais natural.

Prepare-se para situações incómodas

Se achar que não tem competência para ensinar:
- Não se sinta obrigado/a a saber tudo. Não precisa de ser um/a especialista.
- Quanto mais simples forem os workshops, mais fáceis serão de replicar.
- Deixe que as fichas informativas ou os vídeos sejam os especialistas.
- Explique o impacto positivo dos produtos na sua vida.
- Ensine os convidados a se apoiarem nos recursos, e não unicamente em si.

Se o selo CPTG™ for questionado:
- Convide os participantes a experimentar os óleos dōTERRA por si próprios.
- Não se foque nos produtos da concorrência.
- Concentre-se nos pontos fortes dos padrões da dōTERRA.

Se houver dúvidas sobre a ingestão de óleos essenciais:
- A dōTERRA prevê o uso interno em conformidade com a regulamentação.
- Explique a importância da pureza CPTG™ para um consumo interno seguro.
- Sugira aos convidados que façam o que acharem melhor para eles.

Se poucas ou nenhumas pessoas comparecerem:
- Aproveite a oportunidade para dedicar maior atenção às pessoas presentes.
- Confie que cada pessoa que comparecer é perfeita para essa sessão.
- Reveja o seu processo de convite (ou o do anfitrião) e pense em como o pode tornar mais eficaz no futuro.
- Se não aparecer ninguém, utilize este tempo valioso para encontrar formas de aperfeiçoar o seu processo de convite, consultando os recursos online e as páginas 33–43 deste guia.

Se alguém referir que existem opções mais baratas:
- A forma mais segura de obter óleos CPTG™ é comprá-los diretamente à dōTERRA, que lhe dá a garantia de não serem adulterados.
- As vantagens da adesão como cliente grossista compensam qualquer pequeno desconto online (recupera até 30% sob a forma de pontos com o Programa de Recompensas por Lealdade (LRP)).

Se o anfitrião disser aos convidados: "Não estão obrigados a comprar":
- Explique porque aprecia estes produtos.
- Saliente as vantagens da inscrição como cliente grossista e do kit.
- Crie formas de experimentarem os produtos durante o workshop, para que os convidados e o anfitrião compreendam o seu valor.
- Da próxima vez, prepare o anfitrião para compreender o valor das inscrições e o objetivo do workshop com uma sessão de "Introdução às apresentações".

Se alguém perguntar se se trata de marketing multinível (MLM):
- Reconheça o facto de que a dōTERRA oferece a possibilidade de obter um rendimento.
- Saliente que mais de 50% dos membros são clientes habituais que adoram os produtos.
- A dōTERRA acredita que a melhor forma de partilhar produtos é de pessoa para pessoa e não na prateleira de uma loja ou através de um anúncio.
- A dōTERRA opta por recompensar as pessoas que partilham os seus produtos e incentivam os outros a fazer o mesmo.

Conselhos

- Antes de uma reunião online ou por telefone para apresentar produtos ou a oportunidade de negócio, envie materiais, links e instruções.
- Informe-se sobre as necessidades dos participantes antes da apresentação. Se a apresentação for feita em conjunto com um membro da linha superior, informe-o antecipadamente sobre o que sabe.

Introdução aos óleos essenciais

Uma apresentação introdutória é a melhor forma de os potenciais clientes ficarem a saber mais sobre os benefícios dos óleos essenciais. O folheto didático *Soluções Naturais* é um recurso muito eficaz para transmitir essa mensagem. Independentemente do tipo de apresentação, o objetivo é criar confiança nos produtos dōTERRA. Os clientes ficam entusiasmados com a ideia de utilizar soluções naturais quando descobrem o impacto positivo que estas podem ter nas suas vidas. Utilize o seguinte guião como apoio para uma apresentação bem-sucedida.

Não deve tentar ensinar tudo para que uma apresentação seja eficaz. As melhores apresentações duram normalmente menos de uma hora, respeitando o tempo que os convidados dispõem para aprenderem e se inscreverem. Quando se tornarem clientes, poderão aprender mais. Esta sessão inicial serve para demonstrar o valor que os convence a inscreverem-se. O resto virá depois com a Consulta de Bem-Estar, a formação contínua e a participação na comunidade de bem-estar da sua equipa. O ideal é apresentar dois workshops de "Introdução aos óleos essenciais" por semana para manter um fluxo constante na sua rede PIPES.

Duração ideal (45–60 minutos)

Utilize o folheto didático *Soluções Naturais*

.

5 min.

1 Saudações e apresentações

10 min.

2 O que são óleos essenciais e como os utilizar

5 min.

3 Identificar prioridades de bem-estar

15 min.

4 Descobrir soluções

5 min.

5 Convidar a transformar vidas

5 min.

6 3 formas de comprar

5 min.

7 Propor inscrição

Apresentar para reforçar a credibilidade

Quando apresentou a dōTERRA pela primeira vez ao seu mercado próximo, as pessoas compareceram porque o/a conheciam e confiavam em si. Quando convidar um orador da sua linha superior, ressalte a credibilidade e a competência do mesmo, através de uma biografia devidamente preparada e ao fazer uma calorosa receção.

Objetivo:

- Reúna pessoas, partilhe conhecimentos e experiências e torne o bem-estar divertido.
- Concentre-se nas prioridades dos participantes, partilhe as melhores soluções e descubra o poder dos óleos essenciais dōTERRA.
- Encontre novos anfitriões, planeie os próximos workshops e recrute novos builders.

Como apresentar um workshop

1 Saudações e apresentações

Dê as boas-vindas aos convidados. Apresente-se, explique o que faz e conte uma pequena história (1–2 min.) de como os óleos dōTERRA mudaram a sua vida. Por exemplo: *Antes de conhecer a dōTERRA, andava à procura de algo mais natural para a minha rotina de sono. Uma amiga aconselhou-me a aplicar algumas gotas do óleo de Lavanda nas solas dos pés antes de me deitar. Assim que experimentei, apaixonei-me. Acordei a sentir-me revigorado/a e devidamente repousado/a. É incrível o que algumas gotas podem fazer.*

Não partilhe ainda o seu testemunho mais impactante. Guarde-o para o final da sessão. Explique também há quanto tempo utiliza óleos essenciais e por que razão gosta deste negócio.

Partilhe a sua intenção: Agradeça aos participantes pela sua presença. Explique o que espera que eles aprendam com este workshop.
O que eu mais espero é que compreendam os benefícios dos óleos essenciais e como eles podem mudar a vossa vida.

Apresentar um orador e agradecer a um anfitrião: Esta sessão pode incluir a participação de um orador. Apresente-o e conte 2–3 factos interessantes sobre ele para captar a atenção e incentivar o público a ouvir. De seguida, passe-lhe a palavra. A sua sessão também pode ser organizada por outra pessoa. Não se esqueça de lhe agradecer pelo seu tempo e apoio.

Partilhe o programa: Informe sobre a duração do curso (45–60 minutos). Explique que deixará tempo para perguntas no final da sessão. Explique também que, para os interessados em saber mais sobre a oportunidade dōTERRA, pode facultar mais informações após o workshop.

Introdução: a escolha é sua

Consulte a página 1 do folheto "Soluções Naturais" e fale sobre as diferentes abordagens ao bem-estar. *Primeiro, vejamos as nossas opções* (aponte para a parte superior do folheto). *A abordagem moderna está representada aqui* (aponte para o triângulo invertido). *Foca-se na gestão dos sintomas e não tanto nas causas profundas. Quando algo se parte, como _____* (p. ex. o pulso de uma criança devido a uma lesão desportiva), *a medicina moderna é excelente e muito apreciada. No entanto, um sistema focado nos cuidados em situações de emergência deixa pouco espaço para os cuidados de bem-estar. Na maioria dos casos, o sistema de saúde atual foi concebido para prestar cuidados apenas até um determinado ponto. Fica ao critério de cada um encontrar outras soluções.*

O outro triângulo representa a abordagem natural (aponte para o triângulo virado para cima). *Esta tem em conta o facto de o nosso corpo ter necessidades que, se não forem satisfeitas, podem conduzir a determinadas situações ou problemas. A ênfase é, portanto, adotar bons hábitos quotidianos que visam melhorar o bem-estar. O objetivo não é apenas tentar eliminar os sintomas, mas viver bem. E porque se centra na utilização de soluções naturais seguras, temos opções para além dos agentes sintéticos ou artificiais.*

É aqui que os óleos entram em ação. Quer se trate de responder às necessidades básicas do corpo ou de resolver as causas profundas, a abordagem é a mesma. Fornecer a dose certa do que nos faz bem e eliminar ou evitar o que pode ser prejudicial é o que os óleos fazem melhor!

Faça circular um frasco de óleo de Laranja Selvagem. *Agora, para preparar o próximo tema, vou passar um frasco de Laranja Selvagem pelo grupo. Quero que reparem em duas coisas. A primeira é o facto de o aroma ser semelhante ao das laranjas frescas. É importante que um óleo essencial tenha o cheiro do fruto, planta, erva ou especiaria de onde foi extraído. Em segundo lugar, o que é que nota quando coloca uma gota na palma das mãos e as esfrega assim* (faça uma demonstração)*? Agora experimentem. O que sentem? Não vos dá uma sensação imediata de energia e de vigor? Isto leva-nos ao próximo tópico: o que são os óleos essenciais e como os utilizar?*

2 O que são os óleos essenciais e como os utilizar?

Explique: os óleos essenciais são naturais, eficazes e seguros

Quem é que nunca esfregou ou esmagou uma folha de hortelã entre os dedos antes de a cheirar? Porque é que o fazemos isso? Ao fazê-lo, estamos a rebentar as bolsas do óleo essencial para sentir o aroma com maior intensidade. Nesta imagem ampliada, vemos uma bolsa do óleo essencial da hortelã-pimenta (aponte). *Os compostos aromáticos no interior destas pequenas bolsas ajudam a planta a proteger-se e a crescer saudável. Quando utilizamos óleos essenciais, que são obtidos a partir da casca, folhas, caules, flores e raízes das plantas, obtemos os mesmos benefícios.*

Há três coisas mencionadas aqui (aponte) *que gostaria de salientar.* Pode pedir a alguém que leia cada ponto em voz alta antes de iniciar o debate que se segue.

Em primeiro lugar, os óleos dōTERRA são puros, naturais e seguros. Falaremos mais sobre isto daqui a pouco. Nada é adicionado ou removido destes fantásticos extratos de plantas. É devido à sua pureza que têm benefícios profundos. Graças a isto, qualquer pessoa pode utilizá-los de forma segura. Muito bem, este foi o primeiro ponto sobre os óleos essenciais. Alguém nos pode dizer qual é? Recompense a pessoa que responder com uma amostra do óleo e explique os seus benefícios.

Em segundo lugar, os óleos são eficazes. Um exemplo é a sua capacidade de ajudar o organismo a combater ameaças.. Estas pequenas bolas (na imagem) *representam o que o nosso corpo tem de enfrentar todos os dias. Uma das principais vantagens dos óleos essenciais é o seu tamanho e composição molecular, que lhes permite atravessar as membranas celulares para atuar rapidamente. Além disso, a estrutura química dos óleos essenciais é muito complexa, pelo que as ameaças não conseguem desenvolver resistência ao vasto número de compostos químicos que contêm. Não é incrível? Este foi o segundo ponto importante sobre os óleos essenciais. Alguém nos pode dizer qual é?* Recompense a pessoa que responder com uma amostra de outro óleo e explique como pode ser utilizado.

Em terceiro lugar, os óleos essenciais são poderosos. É necessária uma enorme quantidade de material vegetal para produzir um frasco de óleo essencial. Os óleos são superconcentrados e acessíveis em termos de preços. Por exemplo, para produzir um frasco de 15 ml de óleo é necessário 1 kg de folhas de hortelã-pimenta.+ Pense na quantidade de material vegetal necessário para produzir uma gota! O que é que isto significa? Que só precisa de usar uma quantidade muito pequena para obter benefícios, o que torna os óleos essenciais muito acessíveis: apenas alguns cêntimos por dose.

Agora vamos experimentar o óleo de Hortelã-Pimenta e descobrir a sua eficácia. À medida que o frasco for circulando, coloquem uma gota na palma da mão, tal como fizeram com o óleo de Laranja Selvagem. Esfreguem as mãos, coloquem-nas sobre o nariz e a boca e inspirem profundamente (demonstre e depois passe o frasco). *Tenham cuidado para não entrar em contacto com os olhos. Alguns óleos, como o óleo de Hortelã-Pimenta, são muito fortes, por isso utilizamos frequentemente um óleo de diluição para os diluir ou para os tornar mais suaves. O óleo de coco fracionado é o meu preferido* (indique/mostre se quiser). *Também pode ser utilizado para atenuar a reação a um óleo se este for aplicado em pele sensível ou se entrar acidentalmente em contacto com os olhos.*

Quero que experimentem o óleo de Hortelã-Pimenta de várias formas. Em primeiro lugar, reparem que vos passei este óleo depois do óleo de Laranja Selvagem. Fi-lo para que pudessem criar uma mistura dos dois óleos. Esta combinação tem um efeito revigorante incrível. Em segundo lugar, ao inalarem, experimentem fazê-lo primeiro pelo nariz e depois pela boca (demonstre). *Tentem fazê-lo durante 30 segundos! Observem como se sentem e que sensação têm ao respirar! Em terceiro lugar, podem também massajar uma gota na nuca se se sentirem tensos ou com calor* (demonstre). *E não tenham medo de esfregar um pouco de óleo no céu da boca com a ponta do dedo* (demonstre). *Qual é a sensação? Quem é que já o consegue saborear na boca, mesmo sem o ter experimentado? É este o poder destes óleos!*

Muito bem, este foi o terceiro ponto importante sobre os óleos essenciais. Alguém me pode dizer qual é? Recompense a pessoa que responder com uma amostra de outro óleo e explique como pode ser utilizado.

Explique: os óleos dōTERRA são seguros e puros

Falemos agora da razão pela qual a qualidade é importante. O Dr. David Hill, um dos Founding Executives e o nosso primeiro Chief Medical Officer, afirmou: "A característica mais importante de um óleo essencial é a sua pureza".

Os óleos essenciais não são todos iguais. Existem três categorias principais de óleos. A primeira consiste nos óleos sintéticos (aponte para a secção cinzenta no gráfico). *De acordo com numerosos testes laboratoriais independentes, a maioria dos fornecedores vende produtos de qualidade inferior que contêm agentes artificiais. Estes óleos não são puros e podem ser prejudiciais para o organismo. Cuidado. Nunca se ponha a si ou à sua família em risco ao utilizar óleos baratos e adulterados.*

Depois, existem os óleos de qualidade alimentar (aponte para a secção verde). *Este é um padrão muito mais elevado, porque o produto se destina ao uso interno. No entanto, esta categoria é utilizada principalmente para aromatizar alimentos, sem benefícios específicos para a saúde. A terceira é a categoria testada* (aponte para a secção roxa). *Poderá pensar que os óleos rotulados como "testados" são de melhor qualidade, mas o problema é que esta categoria não está devidamente regulamentada. Estes óleos são utilizados principalmente para massagens, aromaterapia ou cosmética e o padrão que têm*

+ Varia de acordo com a estação, a região, o ano e outras variáveis.

de cumprir para se enquadrarem nesta categoria não é muito rigoroso. Isto deixa espaço para aditivos, agentes sintéticos e outros contaminantes. Quando se trata da sua saúde, a pureza é importante e esta categoria continua a ser questionável.

Os consumidores são frequentemente levados a acreditar que existe um outro nível de qualidade disponível no mercado dos óleos essenciais. No entanto, é importante saber que muitos dos ditos produtos "de saúde" não estão devidamente regulamentados. Os produtos utilizados principalmente para massagens, aromaterapia ou cosmética têm, na realidade, baixos padrões de qualidade, com a possível adição de aditivos, agentes sintéticos ou outros contaminantes. Quando se trata de saúde, a pureza é muito importante. O que aplicamos na pele ou respiramos penetra no nosso organismo.

Os Founding Executives da dōTERRA aperceberam-se de uma enorme lacuna no mercado dos óleos essenciais puros. Por esta razão, a dōTERRA estabeleceu o objetivo de escolher a pureza e de produzir os melhores óleos essenciais do mercado. Criou um padrão sem precedentes denominado CPTG™ – Certificado Grau Pureza Testado (aponte para a secção amarela no gráfico circular)*. Cada lote deve passar por testes rigorosos para garantir a ausência de contaminantes ou aditivos – um padrão que excede os requisitos de rotulagem para produtos biológicos. A dōTERRA utiliza os critérios necessários para garantir que muitos dos seus óleos possam ser usados internamente. Cada frasco de óleo dōTERRA adequado para uso interno tem a indicação "Para aromatizar alimentos"* (mostre o frasco)*.*

A pureza influencia a potência. A potência refere-se à eficácia de um óleo. Onde a planta é cultivada, como é colhida e como é destilada são fatores que influenciam a estrutura química e a consistência de um óleo. Quando utilizamos um óleo, queremos que funcione sempre da mesma forma. Quanto melhor for a qualidade, maiores serão os benefícios para o corpo.

Em suma, deve saber que a utilização de óleos essenciais é sistémica. Quer sejam sintéticos ou puros, os aromas e as fragrâncias ENTRAM no nosso organismo. Esta é uma grande vantagem dos óleos puros e a razão pela qual os sintéticos devem ser evitados. Estou aqui para vos ensinar a utilizar apenas óleos essenciais puros. Caso contrário, tudo o que iremos discutir a seguir não se aplica.

Explique: como utilizar os óleos essenciais dōTERRA
Existem muitas formas de utilizar os óleos essenciais: já experimentaram pelo menos uma delas quando os fizemos circular. Para cada forma de utilizar os óleos essenciais, apresentarei uma ou duas razões principais para a sua escolha.

A utilização aromática (aponte para o folheto didático) *permite criar uma determinada atmosfera. Graças ao olfato, as moléculas de óleo passam diretamente para o sistema límbico em apenas 30 segundos. Tiveram a oportunidade de experimentar estes benefícios de ação rápida há pouco, quando utilizámos os óleos de Laranja Selvagem e Hortelã-Pimenta. Alguns dos meus métodos preferidos para criar uma experiência aromática com óleos essenciais são inalá-los na palma das mãos, pulverizá-los no ar, aplicá-los como perfume ou utilizá-los num difusor.*

Aponte para o difusor que tem em funcionamento durante o workshop e explique que óleo está a utilizar e porquê. Pode também convidar alguém a contar um relato sobre a difusão de óleos essenciais. Recompense essa pessoa com a amostra de um óleo e explique como pode ser utilizado.

A segunda forma de utilizar os óleos é por via tópica, ou seja, aplicando-os diretamente na pele. Por exemplo, podemos utilizar o Deep Blue™ para aliviar os músculos cansados (passe o Deep Blue™ e convide os participantes a aplicá-lo nas áreas necessitadas)*. Também gosto de aplicar os óleos na planta dos pés. Para crianças ou pessoas com pele sensível, devemos diluir os óleos essenciais numa base de óleo de coco fracionado* (mostrar frasco)*.*

Não altera a eficácia, mas abranda intencionalmente a absorção. Faça esta pergunta aos presentes e espere que respondam: *Na vossa opinião, quais são as zonas ou as formas mais adequadas para a utilização tópica de óleos?* Se necessário, convide alguém a contar um breve relato sobre a utilização tópica. Recompense a pessoa que respondeu com uma amostra de óleos e explique como pode ser utilizado.

A terceira forma de utilizar os óleos é ao nível interno. Já falámos sobre a importância da pureza, especialmente para o uso interno. Isto é praticamente inédito fora da dōTERRA. Quando um óleo dōTERRA é indicado para uso interno, o padrão de qualidade CPTG™ significa que pode ser ingerido com absoluta segurança. Procure a menção "Para aromatizar alimentos" nas instruções. Isto distingue-nos de praticamente todas as outras marcas. Com isto não quero dizer que não se possa ingerir óleos comprados em lojas. Os óleos dōTERRA podem ser colocados na boca, debaixo da língua, na água ou noutras bebidas, ou nas cápsulas vegetais (mostre o frasco).

A ciência continua a evoluir e mostra-nos que a ingestão de óleos essenciais é um modo de administração único e eficaz. Irão aprender mais sobre este assunto nos próximos workshops. Convide alguém a contar um breve relato sobre a utilização interna de óleos essenciais. Recompense a pessoa que respondeu com uma amostra de óleos e explique como pode ser utilizada.

3 Identificar prioridades de bem-estar

Explique e convide: quais são as suas principiais prioridades em matéria de saúde?

Agora vem a minha parte preferida do workshop. Peço-vos que escrevam as vossas prioridades de bem-estar e depois encontrem as soluções certas à base de óleos essenciais. Anteriormente, referi que tudo o que precisam para controlar o vosso bem-estar é de um livro e de uma caixa. Aprender a utilizar estas duas coisas foi uma parte muito importante do meu percurso. Insira o seu próprio exemplo: *Lembro-me de um dia em que a minha filha veio ter comigo a chorar por causa de um pequeno acidente de bicicleta. Peguei no meu guia de referência, vi que os óleos de Tea Tree e Incenso eram ideais para estes casos e apliquei-os. Quando dei por mim, a minha filha já estava a brincar alegremente lá fora.*

Escrevam as vossas três prioridades de saúde no topo da página 3 (aponte para a parte superior da página). *Pensem no que querem menos na vossa vida, como a falta de energia, um sono de fraca qualidade ou a fadiga mental. E o que querem mais: energia, uma atmosfera revigorante ao longo do dia ou um maior bem-estar. Eis alguns pontos em que pensar: reforço do sistema imunitário, alívio da dor ou controlo do stress. Anotem ideias sobre as quais possamos discutir.*

Agora, observem esta imagem de um armário com produtos (aponte). *Reparem que as prateleiras estão organizadas por temas. A prateleira de baixo representa a escolha de criar hábitos diários mais saudáveis. A prateleira do meio convida-*

nos a cuidar melhor de nós próprios com regularidade. Por último, a prateleira de cima permite-nos ter soluções à mão para qualquer eventualidade.

Pensem nos triângulos da primeira página. Imaginem-nos nesta página. Imaginem ou desenhem o primeiro triângulo, com a parte superior mais larga e centrada na gestão dos sintomas. Esta será a prateleira de cima, onde encontram as soluções.
Por exemplo, imaginemos que passaram demasiado tempo ao sol e que agora precisam do óleo de Lavanda. Aqui está ele (aponte)*! Ou então, se estiveram o dia todo sentado à secretária, o PastTense™ é perfeito para ajudar a aliviar a tensão.*
Se, após uma longa viagem, se sentirem exaustos e precisarem de algum apoio extra, podem recorrer às Cápsulas Moles On Guard™+. Ei-las aqui (aponte). *Outra situação: se o vosso vizinho estiver a cortar a relva, o dōTERRA Air™ ajuda-o a recuperar a sensação de vias respiratórias desobstruídas.*

Agora, pensem no outro triângulo, mais largo em baixo, centrado em hábitos intencionais que respondem às necessidades fundamentais do organismo. Ao adotarmos bons hábitos, vemos melhores resultados dia após dia. Independentemente do que colocarem na vossa lista de prioridades, os hábitos diários serão provavelmente uma das respostas mais importantes.
Dê um exemplo: *A minha filha é o exemplo perfeito. Ela utiliza o ZenGest™ várias vezes por dia* (aponte). *Depois, descobriu o ZenGest™ TerraZyme, o complexo de enzimas digestivas da dōTERRA* (aponte). *Como adquiriu o hábito de o tomar às refeições, agora só toma o ZenGest ocasionalmente.*

A prateleira do meio pode ser considerada um baloiço. Cabe-lhe a si decidir se usa o Deep Blue™ antes ou depois de cada treino, ou se espera até não se conseguir mexer mais! Espera até ter dificuldade em adormecer para tomar o dōTERRA Serenity™ ou tem o hábito de o usar regularmente todas as noites? É este o objetivo do baloiço: encontrar a forma de fazer com que os óleos funcionem para si.

A prateleira de baixo contém produtos que nos ajudam a ser mais saudáveis. A prateleira de cima tem produtos que ajudam a aliviar o desconforto no momento. E a prateleira do meio serve para ambos!

4 Descobrir soluções

- Convide os participantes a partilhar as suas prioridades.
- Mostre como é fácil encontrar soluções agora que sabem o que cada prateleira representa.
- Demonstre como utilizar o guia de referência, procurando uma das prioridades indicadas por alguém. Mostre também como procurar os óleos sobre os quais têm curiosidade e como encontrar os protocolos.
- Durante esta parte do workshop, faça circular os óleos essenciais sugeridos como possíveis soluções, enquanto você ou outra pessoa conta um breve relato positivo.

3. TRY THESE DAILY HABITS

13 dōTERRA LIFELONG VITALITY PACK™ (LLV)
Nutrition support toward a lifetime of vitality and wellness.

#1 PRODUCT 30-day satisfaction guarantee

- MICROPLEX VMz™: Whole food multivitamin and mineral
- ALPHA CRS™+: Contains a proprietary blend exclusive to dōTERRA that includes powerful polyphenols
- xEO MEGA™: Provides a spectrum of carotenoids and nine essential oils

Try incorporating these changes into your daily routine.

dōTERRA Lifelong Vitality Pack™:	2 capsules each with morning and noon meals
Lemon:	1 drop in water per day
Frankincense:	Massage on skin to promote balanced mood
On Guard™:	Energising; 1 drop in water per day
dōTERRA Balance™:	Grounding; 2-3 drops topically
PB Assist+™:	Live bacterial cultures; 1 capsule a day

Em cada sessão, encontre o momento certo para falar sobre o dōTERRA Lifelong Vitality Pack™ (p. ex. quando alguém perguntar como melhorar o bem-estar geral) e saliente os seus benefícios. Ao procurar soluções, explique que estes produtos são a base do bem-estar. À medida que os participantes forem partilhando as suas prioridades, escute e decida se o dōTERRA Lifelong Vitality Pack será uma boa solução. Se possível, convide alguém que o utilize para dar o seu testemunho. Explique que este é o produto mais vendido da dōTERRA e que tem uma garantia de reembolso de 30 dias.

Passando à página 3, fale com o grupo sobre as prioridades em matéria de bem-estar que anotaram anteriormente. Peça a um voluntário para começar. Utilizando os produtos do armário, ofereça sugestões e soluções relacionadas com as suas prioridades de saúde. Dê um breve exemplo de como cada produto ajudou alguém que conhece ou deixe que outra pessoa partilhe o seu próprio testemunho. Este procedimento pode ser repetido durante cerca de 10 a 15 minutos.

Existem três coisas que tornam esta parte do workshop mais significativa para os participantes:

- **Encontrar soluções.** Os participantes sabem como utilizar o esquema proposto pelas prateleiras dos armários, sabem consultar as sugestões de óleos e os pontos mencionados no centro da página e têm a oportunidade de ouvir as ideias dos outros. Quando alguém, que não o formador, der um conselho, todos pensam para si próprios: "Eu também posso fazer isto!"
- **Confirmação social.** Para os participantes, não há nada mais eficaz do que escutar os testemunhos de quem já utiliza óleos essenciais ou de quem experimentou uma amostra e pode confirmar que funcionam mesmo!
- **Guias de referência.** Mostrar como procurar soluções para um problema de saúde ou um óleo num guia de referência é uma parte importante do workshop por duas razões. Primeiro, porque é algo que os participantes irão fazer após a sessão para escolher o kit certo e efetuar a primeira encomenda. E, segundo, porque lhes mostra como é fácil encontrarem soluções por si próprios no futuro.

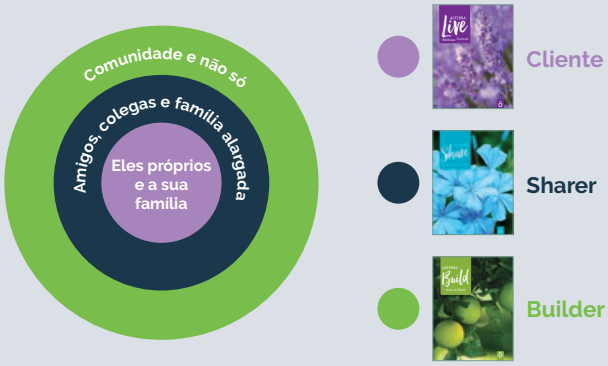
A coisa mais importante que os participantes precisam de saber nesta fase é que os óleos essenciais oferecem soluções eficazes, naturais e seguras para eles e para as suas famílias. O passo seguinte é ajudá-los a compreender as três formas de começar.

5 Convidar a transformar vidas

- Identifique os três tipos de pessoas: Clientes, Sharers e builders.
- Partilhe a missão da dōTERRA de mudar o mundo (Co-Impact Sourcing™, dōTERRA Healing Hands™).

3 tipos de pessoas: a quem irão apresentar os produtos?

Utilize os guiões que se seguem para ajudar os potenciais membros a escolher o seu percurso de inscrição e para os posicionar na sua estrutura de vendas, dependendo de com quem irão partilhar produtos.

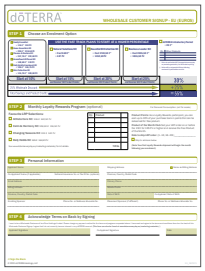


	Utilize estes guiões durante a apresentação e indique cada secção à medida que avança. **Que vidas quer mudar?** *Constatámos que servimos três tipos de pessoas.*	**Apoie a sua escolha**	Utilize estes guiões após a apresentação para ajudar cada pessoa individualmente. **Inscrição recomendada**
Cliente	*O primeiro tipo de pessoa procura um estilo de vida natural. Quando descobre o poder dos óleos essenciais, mal pode esperar para os partilhar com a sua família. A dōTERRA apoia este tipo de pessoa oferecendo uma formação gratuita sobre óleos essenciais e um generoso programa de recompensas por lealdade.*	**Viva (Live)** ☐ Proponha-lhes que mudem a sua própria vida. ☐ Ofereça um guia *Live* a cada pessoa inscrita para a Consulta de Bem-Estar. Qualquer pessoa pode ser um cliente! ☐ Agende uma Consulta de Bem-Estar nos dias seguintes à receção do kit.	**Cliente grossista** Kit à escolha *Vamos encontrar o kit mais adequado para si e para a sua família.*
Sharer	*O segundo tipo de pessoa quer naturalmente partilhar o que gosta: os produtos dōTERRA! Ao apresentar os produtos a outras pessoas, com o tempo, pode ganhar o suficiente para cobrir o custo dos óleos que compra todos os meses. Atualmente, há milhões de pessoas em todo o mundo que recebem os óleos essenciais da dōTERRA desta forma.*	**Partilhe (Share)** ☐ Proponha-lhes que mudem a vida de outras pessoas organizando um workshop. ☐ Ofereça um guia *Share* às pessoas que irão organizar um workshop. ☐ Agende uma sessão de "Introdução às apresentações" para os dias seguintes.	**Consultor de Bem-Estar** Kit Essenciais Familiar ou de hábitos diários *Vamos encontrar o melhor kit para si e para a sua família, que possa partilhar com os que lhe são próximos e fazer a diferença nas suas vidas.*
Builder	*O terceiro tipo de pessoa ouviu e pensou: "É isto que eu quero fazer! Quero mudar a vida das pessoas, informando-as sobre os benefícios dos óleos essenciais". A dōTERRA recompensa este tipo de pessoa com um plano de compensação generoso. Ao ensinar os outros sobre o poder dos óleos essenciais, estas pessoas podem ganhar o suficiente para complementar o seu rendimento e ter mais controlo sobre o seu tempo e as suas finanças.* *Se se identifica com o segundo ou terceiro tipo de pessoa, venha falar comigo/connosco depois da sessão e poderei/poderemos ajudá-lo a começar.* OU *Se se identifica com o segundo ou terceiro tipo de pessoa, fique depois do lanche para uma breve apresentação sobre o prazer de partilhar produtos e ganhar dinheiro com a dōTERRA.*	**Construa (Build)** ☐ Proponha-lhes que mudem o seu próprio futuro e que façam a diferença. ☐ Ofereça um guia *Build* às pessoas interessadas no negócio. ☐ Agende uma sessão de "Introdução à construção do negócio" para os dias seguintes.	**Consultor de Bem-Estar** Kit Soluções Naturais *Aconselho a investir num Kit Soluções Naturais. É importante experimentar vários produtos dōTERRA e ter amostras adicionais para oferecer. Depois, outras pessoas irão seguir o seu exemplo.*

Outro ponto especial a saber sobre a dōTERRA é que, sempre que comprar óleos essenciais, está também a mudar as vidas de muitas pessoas em todo o mundo. Através das iniciativas dōTERRA Co-Impact Sourcing™ e dōTERRA Healing Hands™, a dōTERRA trabalha com uma vasta rede de produtores e respetivas famílias, fazendo uma enorme diferença nas suas vidas e nas oportunidades a que têm acesso.

Inscrição bem-sucedida

A única forma de verdadeiramente mudar vidas e de mudar o seu futuro é levar os óleos essenciais dōTERRA às casas dos potenciais clientes. Parta do princípio de que eles vieram à sua apresentação porque se sentiram atraídos pelo que tem para oferecer. Se os tiver preparado previamente, é mais provável que façam uma compra. Convide os participantes, com confiança, a darem o passo seguinte: assumir o controlo do seu próprio bem-estar, inscrevendo-se e adquirindo um kit. Os óleos essenciais dōTERRA podem ser adquiridos de três formas diferentes. Ajude-os a escolher a solução mais adequada.



6 Apresentar 3 formas de comprar

Explique que existem três formas de comprar: a retalho, por grosso e como Consultor de Bem-Estar.

Retalho

A primeira forma é comprar a retalho. Esta é, obviamente, a forma mais cara de comprar e é mais comum no contexto de venda ao público. É uma boa opção para quem pretende efetuar uma compra pontual.

Por grosso

A segunda forma é comprar por grosso. Aderir à dōTERRA como membro grossista permite-lhe comprar com 25% de desconto sobre a preço a retalho.

Consultor de Bem-Estar

A terceira forma de comprar é tornar-se um Consultor de Bem-Estar. Esta é a forma mais inteligente de comprar os seus óleos essenciais.
Vou explicar porquê.

Opções de kits

Forneça alguns pormenores sobre os diferentes kits e convide os participantes a inscrever-se.
A dōTERRA quer realmente ajudá-los a adotarem um estilo de vida natural com óleos essenciais para o bem-estar diário e produtos que ajudam a ultrapassar os desafios quotidianos. A dōTERRA cria kits que se tornam mais económicos do que a compra dos óleos individualmente. Além disso, ao comprar um kit, ficam isentos da quota de adesão como cliente grossista. Vejamos os kits disponíveis. (distribua o *Formulário de Inscrição de Cliente Grossista*).

Apresente brevemente os kits que melhor se adequam ao seu workshop. Os guiões que se seguem exemplificam o que dizer e como comparar kits para tomar uma decisão mais informada. *Estes são os kits mais populares para começar. Vou falar um pouco sobre eles.*

- *O Kit Soluções Naturais contribui verdadeiramente para o estilo de vida. Inclui tudo o que viram no armário* (aponte para a página 2 da brochura).. *Inclui muitos óleos importantes, um difusor fabuloso, produtos On Guard™, produtos de bem-estar diário e o dōTERRA Lifelong Vitality Pack™. Este kit permite-vos poupar dinheiro, graças ao preço de venda por grosso, pelo que é uma forma muito rentável de começar.*
- *O Kit de hábitos diários é um minikit que podem integrar no vosso estilo de vida. Inclui o dōTERRA Lifelong Vitality Pack, suplementos e todos os óleos que podem querer utilizar na vossa rotina diária.*
- *O Kit Essenciais Familiar inclui 10 dos óleos mais importantes, muitos dos quais já referimos.*
- *O Kit Essenciais para a Casa foi concebido para oferecer muitas opções para o bem-estar pessoal e doméstico, além de um excelente difusor.*

Existem muitas opções. Eu posso ajudar-vos a escolher o kit mais adequado para cada um e para a respetiva família.

Aproveite os workshops para marcar os próximos

Expanda a sua rede convidando os participantes a organizar o seu próprio workshop. Estabeleça o objetivo de marcar dois workshops por cada um que apresentar. Seguem-se algumas dicas sobre como incentivar as pessoas a inscrever-se em futuros workshops:

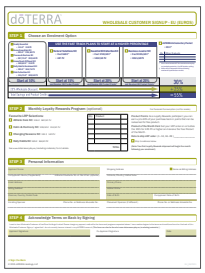
Durante esta sessão, provavelmente pensaram em pessoas que conhecem e que também poderiam beneficiar desta experiência. Se quiserem organizar o vosso próprio encontro, venham falar connosco no final. E se marcarem ainda hoje, receberão este porta-chaves de presente! Mostre o porta-chaves.

Neste porta-chaves, guardo os meus oito óleos essenciais preferidos, que levo sempre comigo. Adoro-o porque me permite ter sempre os meus óleos à mão (partilhe a experiência com alguns desses oito óleos). *Toda a gente deveria ter um! Quem é que gostaria de o levar para casa?*

Não está à venda, mas podem recebê-lo como recompensa! Se algum de vós quiser que eu ou o/a _____ apresentemos um workshop divertido como o de hoje, poderá levar um destes porta-chaves para casa. Funciona assim: se marcarem um workshop hoje, recebem um porta-chaves vazio. Podemos combinar uma data mais tarde, que seja conveniente para todos (ou mostre um calendário com datas disponíveis). *Quando organizarem o vosso próprio workshop, por cada pessoa que convidarem e que participe, irei encher um frasco do porta-chaves com um dos óleos básicos! Assim, se comparecerem quatro pessoas, irei encher quatro frascos. Se, por outro lado, vierem oito pessoas, irei encher todos os frascos do porta-chaves!*

7 Propor inscrição

Antes de terminarmos, gostaria de vos dizer porque é que gosto de ensinar os benefícios dos óleos essenciais.



- Encerre a sessão com a partilha de um testemunho que cause impacto. Deve ser uma das experiências mais marcantes que teve com os óleos essenciais. Seja sincero/a e fale com o coração. Conclua explicando como isto o/a motivou a apresentar os óleos a outras pessoas.
- Descreva os incentivos e/ou as promoções para os membros da dōTERRA. Fale de forma clara e concisa. Uma mente confusa diz não. Evite referir um número excessivo de ofertas.
- Após a sessão, convide os participantes a utilizar um guia de referência para procurar soluções para as prioridades de bem-estar que enumeraram na página 3.
- Diga-lhes que podem acrescentar outros artigos à sua encomenda inicial (ou à sua primeira encomenda do LRP).
- Mostre-lhes como preencher os formulários de inscrição e explique as diferenças entre Cliente Grossista e Consultor de Bem-Estar. Embora a maioria das pessoas se inscreva como Cliente Grossista, aqueles que querem partilhar e construir um negócio deverão inscrever-se como Consultores de Bem-Estar.

Ofereça bebidas aromatizadas com óleos essenciais e responda às perguntas. Distribua os guias de referência. Traga exemplares suficientes para todos os participantes.

Uma atenção individualizada

Depois da sessão, precisará de pelo menos 15 a 20 minutos para ajudar todos os participantes a escolher o seu kit. Ajude cada pessoa a procurar soluções para as suas necessidades no guia de referência. A primeira pessoa que deve ajudar é aquela que tem de sair mais cedo.

Consulte as prioridades de cada um e os produtos que selecionaram com base no guia de referência. Certifique-se de que incluíram óleos essenciais frequentemente utilizados para cada prioridade. Depois, sugira o kit que melhor se adapta às suas necessidades. Explique o porquê de ter sugerido esse kit.

Não exagere e não seja insistente. Em vez disso, tente ajudá-los a encontrar o kit que melhor se adapta às necessidades de cada um, estabelecendo uma ligação entre as prioridades e as especificidades de cada kit. Parta do princípio de que vieram preparados para comprar e que querem melhorar o seu bem-estar. Deixe que os participantes preencham o formulário de inscrição por si próprios, mas mostre-se disponível para ajudar se precisarem ou se tiverem dúvidas.

O melhor momento para marcar uma Consulta de Bem-Estar é durante a inscrição. A melhor ocasião para a consulta é após a chegada da primeira encomenda. Para facilitar as marcações, consulte o exemplo na página 69, na segunda coluna.

Nas próximas 48 horas, contacte as pessoas que não se inscreveram para as ajudar a fazê-lo. Fale-lhe de eventuais promoções que possam ser do seu interesse. *Foi um prazer contar com a sua participação no workshop! Do que é que gostou mais? De que forma pensa que os óleos podem ser úteis para si e para a sua família? Qual é o kit mais adequado às suas necessidades? Tem perguntas que ainda não foram respondidas? Será que agora é uma boa altura para falar consigo sobre como começar?* As inscrições ocorrem frequentemente após 3–5 interações. As pessoas que não se inscreveram durante o workshop podem precisar de mais exemplos/informações antes de se sentirem preparadas.

Opcional: convide os participantes a ficarem (depois de dar tempo para as inscrições) para saberem mais sobre como partilhar produtos dōTERRA com uma breve "Introdução à construção do negócio". Consulte as páginas 87–88 para mais informações.

Conselhos para a inscrição

- Reagir aos obstáculos, se necessário:
  Não sei qual kit encomendar: Incentive os participantes a refletir sobre as suas prioridades de bem-estar, possivelmente utilizando um guia de referência como ajuda.
  Faça sugestões. *No seu caso, eu optaria pelo kit _____ aquando da inscrição, porque...*
  Preocupações financeiras: *Gostaria de organizar um workshop para poder ganhar dinheiro para comprar o kit que deseja?*
  Outras preocupações: Escute e depois responda aos desejos e preocupações. Faça sugestões. Ajude-os a escolher um kit.
- Independentemente do formato da sua apresentação, utilize um dos seguintes métodos para inscrever novos clientes imediatamente ou no prazo de 48 horas:

1. Peça aos potenciais clientes que lhe entreguem o formulário de encomenda preenchido ou que lhe enviem uma fotografia do mesmo por mensagem ou e-mail.
2. Recolha os seus dados de inscrição por telefone.

Estratégia de posicionamento

Um posicionamento adequado dos novos membros é essencial para receber comissões, subir na classificação e ter sucesso a longo prazo. Defina expectativas claras para salvaguardar as relações, porque enquanto algumas pessoas escolhem de imediato a sua trajetória, outras demoram mais tempo a decidir tornar-se mais do que clientes.

Follow-up da mudança de patrocinador inicial

Tem até ao dia 10 do mês seguinte para prestar apoio aos novos membros, por isso aproveite este tempo e a Consulta de Bem-Estar para saber mais acerca dos seus interesses e desejos, de forma a tomar uma melhor decisão em termos de posicionamento. Contacte a sua linha superior para obter ajuda e conselhos estratégicos.

O seu envolvimento com os novos membros é fundamental para o sucesso a longo prazo. Utilize estas estratégias de posicionamento como um guia para as atividades de acompanhamento. Para transformar verdadeiramente vidas, considere estes primeiros dias de filiação como um "investimento" para garantir o sucesso do seu negócio: custa-lhe apenas um pouco do seu tempo para lhes mostrar que se preocupa. Ao mostrar este tipo de apoio, é mais provável que os seus builders sigam o exemplo.

Identifique percursos

Agora que os novos membros já participaram numa apresentação ou numa Consulta de Bem-Estar, descubra os seus interesses com base nos três percursos abaixo. Utilize as seguintes informações para determinar onde os posicionar. Privilegie uma visão e um sucesso a longo prazo em detrimento das necessidades a curto prazo, posicionando os novos membros onde possam progredir e receber apoio. Consulte a página 108 para saber mais.

Cliente

- Tem como principal interesse utilizar os produtos para o seu bem-estar e o da sua família.
- Inscreve-se como Cliente Grossista.
- Pode inscrever-se ou não no Programa de Recompensas por Lealdade (LRP).

Sharer

- Quer partilhar com os outros organizando workshops ou reuniões individuais.
- Inscreve-se como Cliente Grossista ou, para inscrever outros e receber comissões, inscreve-se como Consultor de Bem-Estar.
- Inscreve-se no Programa de Recompensas por Lealdade (LRP) com uma encomenda de pelo menos 100 PV.

Builder

- Quer gerar um rendimento.
- Inscreve-se como Consultor de Bem-Estar.
- Compromete-se a efetuar uma encomenda do LRP de (pelo menos) 100 PV por mês para receber comissões.
- Provavelmente, terá uma pontuação mais elevada, se considerarmos as qualidades de um Builder de sucesso descritas na página 16 deste guia.

Identifique o tipo de Builder

O posicionamento dos builders na sua equipa é fundamental para o sucesso a longo prazo. Posicione os builders motivados *e* competentes no seu primeiro nível. Considere a possibilidade de colocar os builders motivados *ou* competentes no seu segundo nível.

- **Motivados:** seguem e finalizam os 5 passos para o sucesso.
- **Competentes:** inscrevem um Builder logo no primeiro mês após assumirem o compromisso de construir um negócio.

Qual é a sua função?

Quem Inscreve

- Por norma, a pessoa que apresentou o novo membro à dōTERRA. (A quem pertence este contacto? Quem o convidou?)
- Recebe o Bónus de Início Rápido sobre as compras dos novos membros, durante os primeiros 60 dias após a inscrição.
- Colabora com o patrocinador (se for diferente) para determinar quem fará a Consulta de Bem-Estar, o contacto posterior e o apoio contínuo.
- O novo membro é contabilizado para a progressão na qualificação de quem inscreve (um por cada Leg física), mas não tem necessariamente de estar na linha da frente dessa Leg.
- Mantenha as pessoas que inscreveu sob a sua alçada até que considere oportuno transferi-las para o seu patrocinador ou para outro Builder, para efeitos de progressão na qualificação e estratégias a longo prazo.

Patrocinador

- A pessoa a quem o inscrito foi diretamente atribuído (também designado como linha superior direta).
- Beneficia dos bónus Power of 3 e Nível Único.
- Ajuda com a Consulta de Bem-Estar e outras necessidades em termos de acompanhamento (dependendo dos acordos feitos).

A pessoa que inscreve pode alterar o patrocinador do novo membro apenas uma vez, até ao dia 10 do mês seguinte ao da sua inscrição no Escritório Virtual.

Para alterar o patrocinador de alguém *doterra.com > Virtual Office (Escritório Virtual) > Downline (Linha Abaixo) > Sponsor Changes (Alterações de Patrocinador)*

Onde os deve posicionar?

Posicione os novos membros onde possam progredir e receber apoio. Adicione builders à medida que os vai encontrando. A velocidade a que se constrói a estrutura da equipa pode variar. O ritmo de lançamento de cada nova Leg dependerá do momento em que os builders e os novos parceiros se inscreverem e se envolverem no negócio. Por exemplo, alguns começam com um Builder e crescem a partir daí, enquanto outros podem começar com três. Podem começar uma rede maior ou a partir de relações previamente estabelecidas.

Encontrar três pessoas

O ideal é encontrar três builders durante o processo de lançamento. Continue a consultar a sua *lista de nomes* e o *Medidor de Sucesso* para contactar as pessoas identificadas como potenciais builders. Podem ser necessárias várias interações e experiências antes de qualificar os builders motivados ((daí a necessidade de respeitar o follow-up inicial da mudança de patrocinador), por isso utilize a estratégia abaixo para ajudar a estruturar os seus objetivos em termos do bónus Power of 3 e de qualificação. Considere posicionar um ou dois clientes na sua linha da frente para ajudar a atingir o volume necessário para o bónus Power of 3.

1. Inscreva os seus parceiros de negócio.
2. Posicione-os privilegiando a visão e o sucesso a longo prazo, em detrimento das necessidades a curto prazo.
3. Se necessário, poderá reposicioná-los até ao dia 10 do mês seguinte ao da inscrição.

Legenda

CG = Cliente Grossista

CBE = Consultor de Bem-Estar

CBE-S = Sharer

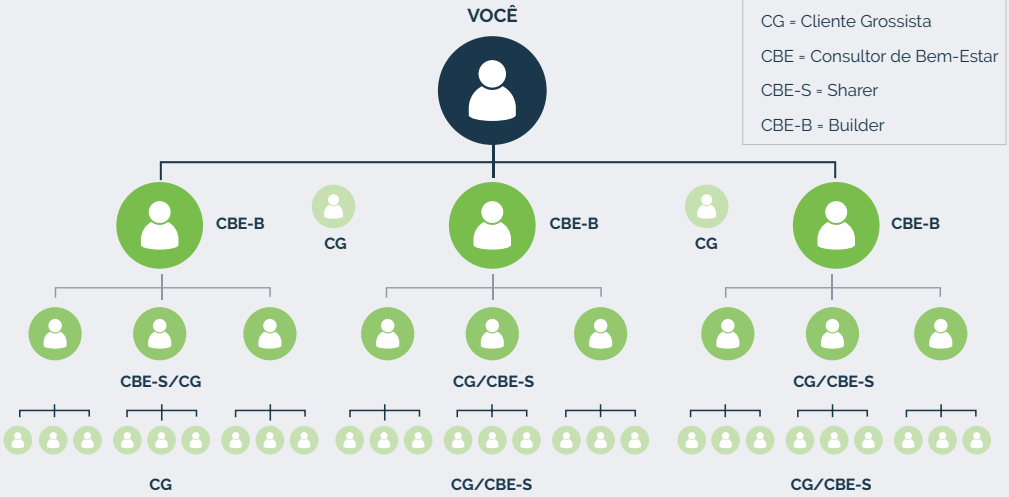
CBE-B = Builder

Estrutura ideal

Nível 1: parceiros de negócio (motivados e competentes)

Nível 2: builders e Sharers (motivados ou competentes)

Nível 3: clientes+



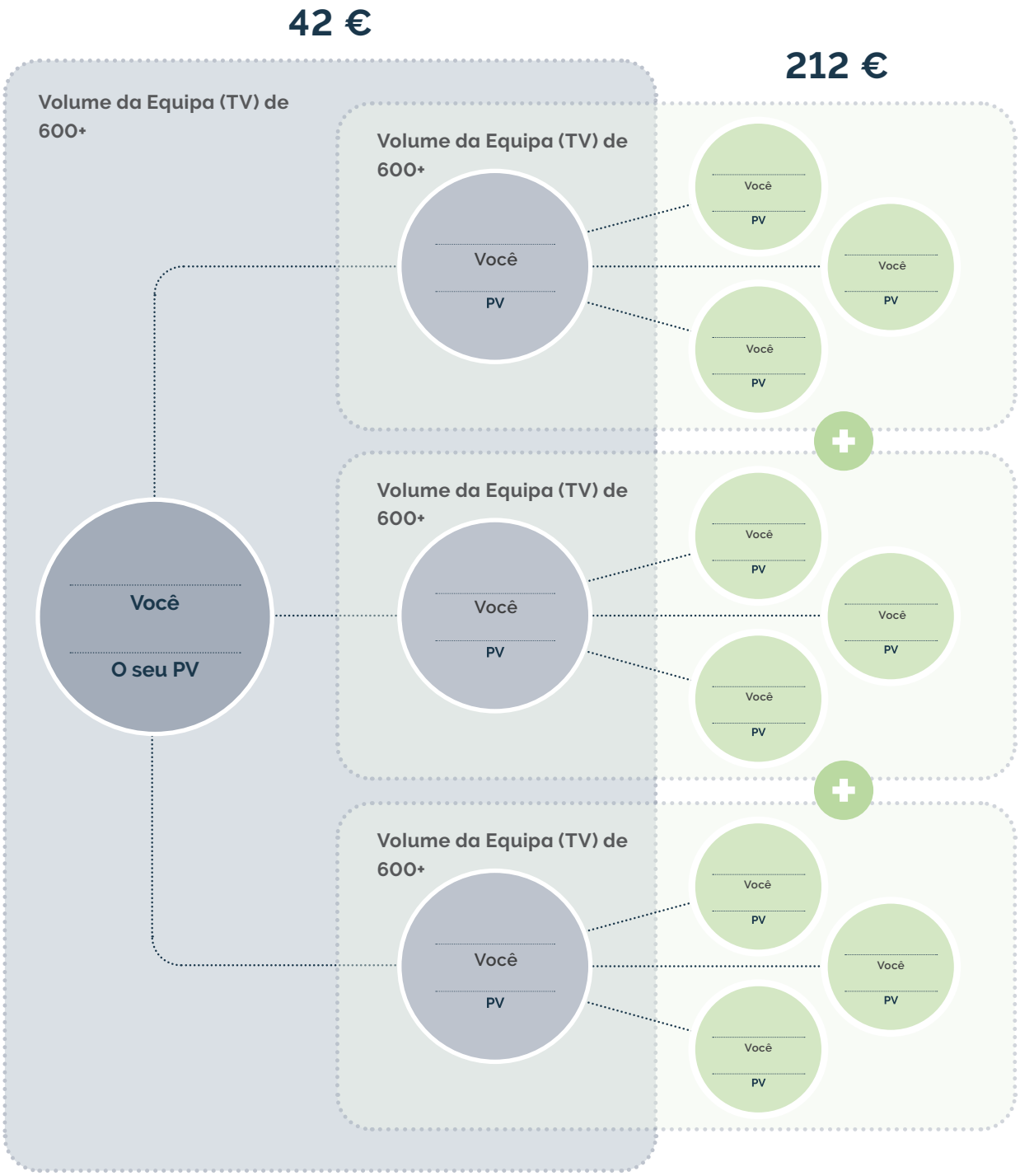
Conselhos para o posicionamento

- **Posicione os clientes numa equipa com interesses semelhantes aos de um patrocinador, ou onde possam ter uma ligação com pessoas que já conheçam ou que vivam perto.** Com base nas diferentes colunas da sua *lista de nomes* (p. 15–16), encontre formas de posicionar as pessoas onde elas se possam apoiar melhor umas às outras. Pode criar a Leg "família", a Leg "amigos comuns", a Leg baseada na localização ou a Leg baseada num nicho.
- **À medida que continua a inscrever, considere a possibilidade de colocar alguns dos novos membros sob a alçada de builders motivados e competentes que inscrevam e apoiem ativamente a sua equipa e os seus clientes.** Ajudá-los a atingir os seus objetivos contribuirá também para atingir os seus próprios. No entanto, atribuir membros a "potenciais" builders causa muitas vezes frustração. Recomenda-se vivamente que mantenha as pessoas que inscreveu sob a sua alçada até que o novo patrocinador conquiste esse direito. Se não atingirem os resultados esperados, tem ainda a opção de os fazer crescer sob a forma de Leg de qualificação própria ou de os reposicionar posteriormente.
- **Se ainda não tiver encontrado um Builder motivado para uma Leg, pense numa pessoa (por exemplo, um familiar de confiança) que possa mais tarde substituir por um Builder/parceiro de negócio qualificado.**
- **Tenha em conta o seguinte, relativamente aos Clientes Grossistas:**
  - Pode transferir ou promover Clientes Grossistas (CG) durante o período de mudança de patrocinador inicial (até ao dia 10 do mês seguinte à inscrição) se o posicionamento destes for mais adequado noutro local.
  - Se os CG decidirem tornar-se Consultores de Bem-Estar (CBE) após o período de mudança de patrocinador inicial, o seu posicionamento de patrocínio permanecerá inalterado.
  - Se for você a decidir alterar o posicionamento destes após o período de mudança de patrocinador inicial, os CG terão de ser promovidos a CBE. Após a subida de categoria, para poderem beneficiar de uma mudança de patrocinador, terão de inscrever um novo cliente com 100 PV. Terá então até ao dia 10 do mês seguinte, a partir da data desta inscrição, para decidir onde os posicionar, bem como às pessoas que inscreveram.

Para alterações ou perguntas relacionadas com posicionamentos, aceda ao *back office > Equipa > Posicionamentos* **ou contacte a sua linha superior ou o Serviço de Atendimento ao Cliente. Os pedidos de posicionamento e de alterações podem também ser enviados para europeplacements@doterra.com**

Planificador Power of 3

Ao estruturar futuras qualificações com os seus parceiros de negócio e os parceiros destes, está automaticamente a trabalhar para o bónus Power of 3 de 212 €. Terá de atingir um Volume da Equipa (TV) superior a 600 por cada bloco de quatro pessoas (inclui também qualquer outro volume na primeira linha). Todas as pessoas de cada bloco devem efetuar uma encomenda do LRP de (pelo menos) 100 PV.



doTERRA
ALPHA
CRS+
CELLULAR
VITALITY COMPLEX
Wellness Consult

Apoiar

Soluções que capacitam

No final da fase "Apoiar", saberá como realizar Consultas de Bem-Estar, como inscrever clientes no Programa de Recompensas por Lealdade (LRP), como os fidelizar através de mensagens personalizadas e oportunidades de formação contínua e como os convidar a partilhar e a construir o negócio.

Seja qual for o produto que oferece, o seu domínio é a educação. Os seus clientes devem receber formação contínua e ser instruídos para que possam melhorar constantemente as suas vidas.

—

Robert G. Allen

Receber e integrar clientes

Os clientes são os que mais contribuem para o volume de cada equipa. É a relação que eles têm consigo que alimenta a relação que eles têm com a dōTERRA.

Procure satisfazer as necessidades dos novos membros e conquiste a sua lealdade no futuro.
Crie uma cultura baseada no serviço, no amor e no reconhecimento desde o início, oferecendo Consultas de Bem-Estar aos seus clientes como forma de estabelecer hábitos a longo prazo para o uso dos produtos dōTERRA.

Cronograma ideal

A seguir, encontrará o planeamento ideal para a integração de clientes. Modifique-o à medida das necessidades de cada um. Utilize este processo de acompanhamento eficaz para apoiar os novos membros. Não se esqueça da janela inicial de mudança de patrocinador para alterar a colocação de um novo membro, conforme necessário ou desejado. A replicação começa com o acompanhamento atempado das pessoas que inscreveu e continua à medida que os seus builders aprendem a fazer o mesmo.

Inscrever

Enquanto aguardam a chegada do kit

- Envie uma carta e/ou mensagem de boas-vindas, uma sequência de e-mails ou uma campanha automática.
- Agende uma Consulta de Bem-Estar no momento da inscrição, quando o entusiasmo for grande. Marque-a para logo após a chegada do kit. Ofereça o guia *Live* no momento em que marcar a consulta.

Uma vez que está a investir no seu bem-estar, quero investir em si e dar-lhe algumas das melhores dicas sobre como utilizar os seus novos produtos. Não quero que compre um produto e depois não saiba como o utilizar. Acima de tudo, precisa de saber como utilizar os produtos da melhor forma para obter os resultados desejados.

Por isso, o passo seguinte é importante. Vamos agendar uma chamada telefónica de 30 minutos nos três dias seguintes após receber os seus produtos. No final da chamada, terá à sua disposição um Plano de Bem-Estar que dá resposta às suas prioridades em matéria de saúde, saberá como encomendar e receber os produtos com bónus e aprenderá a encontrar soluções em todos os momentos. Que lhe parece?

- Envie conselhos sobre óleos essenciais por mensagem ou e-mail.

Na véspera da Consulta de Bem-Estar

- Envie um SMS de aviso no dia anterior à Consulta de Bem-Estar. Pode também enviar informações adicionais, por exemplo, um link para um vídeo que deverão visionar previamente para que tirem o máximo partido da consulta.

Consulta de Bem-Estar
(ver p. 71)

Idealmente, cerca de 3 dias após a chegada dos produtos, realize uma Consulta de Bem-Estar (30–60 minutos) para ajudar o novo membro a:

- Adequar os produtos às prioridades de bem-estar.
- Integrar a dōTERRA no seu estilo de vida.
- Implementar um Plano de Bem-Estar Diário.
- Maximizar as vantagens da filiação aderindo ao LRP.
- Iniciar sessão e aprender a fazer e a modificar encomendas.
- Familiarizar-se com os recursos e a comunidade.
- Convidar a partilhar e a construir o negócio:
  - desperte o interesse nas recompensas por organizar eventos.
  - Explique como obter produtos gratuitos ou gerar rendimentos.

Monitorize o interesse e fazer alterações de posicionamento dentro da janela de mudança inicial do patrocinador.

Conselhos

- Para estabelecer uma rede financeira, é necessário ter o desejo de transformar a vida das pessoas – não apenas uma vez, mas continuamente.
- Não se esqueça: cada membro da sua equipa é um cliente.
- Estabeleça uma relação genuína e constante com os clientes e torne-os capazes de responder às suas necessidades.
- Mantenha a equipa motivada, explicando como os produtos dōTERRA ajudam a atingir os objetivos de bem-estar e a assumir o controlo das suas próprias vidas.
- Construa relações com base na confiança, mantendo a sua palavra e realizando atividades de acompanhamento dentro do prazo acordado.
  Utilize um sistema eficaz para a monitorização dos clientes e o envio de lembretes.

Todos os meses

- Informe sobre promoções e incentivos.
- Partilhe dicas e anúncios de novos produtos.
- Promova a formação contínua e realize campanhas de comunicação regular (ver p. 73–74).

Regularmente
(a cada 30–90 dias):

- Efetue chamadas de apoio aos clientes.
- Proponha uma Consulta de Bem-Estar posterior para reavaliar o Plano de Bem-Estar Diário e garantir uma experiência positiva.
- Proporcione formações baseadas num estilo de vida centrado no bem-estar, para aumentar a confiança e o conhecimento dos produtos.
- Se, passados 60 dias, uma pessoa não tiver efetuado uma encomenda, entre em contacto com ela (ver sugestões nas p. 75–78).

Convide para organizar eventos e construir o negócio

Com a experiência, os clientes vão fortalecendo a sua confiança na dōTERRA e nos produtos, aumentando a sua vontade de os dar a conhecer aos outros. Alguns tornar-se-ão anfitriões e outros builders quando forem convidados a alargar o seu grau de envolvimento.

Comunidade de clientes satisfeitos

Consulta de Bem-Estar

1 Começar com uma introdução ao estilo de vida

- ✓ Disponibilize um guia *Live* (em mão, por correio ou por e-mail).
- ✓ Responda a eventuais perguntas sobre os produtos.
- ✓ Peça-lhes que se autoavaliem na página 3 do guia *Live*.
- ✓ Apresente brevemente o estilo de vida dōTERRA.
- ✓ Sugira-lhes que criem a sua lista de desejos.

Ofereça um guia de referência se efetuarem a primeira encomenda do LRP de pelo menos 125 PV até ao dia 15 do mês seguinte.

2 Realizar a Consulta de Bem-Estar

- ✓ Realize a Consulta de Bem-Estar e elabore o Plano de Bem-Estar Diário.
- ✓ Discutam ideias sobre o plano de 90 dias e as três próximas encomendas do Programa de Recompensas por Lealdade (LRP).
- ✓ Recorde-lhes com entusiasmo que irão receber produtos ao melhor preço com o LRP.
- ✓ Mostre-lhes como aceder ao Escritório Virtual para criarem a primeira encomenda do LRP e modificarem as encomendas futuras.

3 Sugerir recursos

- ✓ Recomende a sua app e o seu guia de referência favoritos.
- ✓ Apresente-lhes o apoio, os recursos educativos online e as redes sociais da dōTERRA.
- ✓ Convide-os para a equipa e grupos.
- ✓ Convide-os para sessões de formação contínua (ver p. 73–74 deste guia).
- ✓ Convide-os a partilhar e a construir o negócio (ofereça-lhes os guias *Share* e/ou *Build* e agende uma "Introdução às apresentações" ou uma "Introdução à construção do negócio", consoante os interesses dos membros).

Elimine preocupações

Se os clientes questionarem a eficácia de determinados produtos, ouça-os e ofereça conselhos (ver abaixo) ou sugira que ajustem a metodologia ou a quantidade de óleos essenciais para conseguirem os resultados esperados. Siga estas sugestões para lhes proporcionar uma experiência positiva:

Utilizar os óleos com maior frequência

Experimente pequenas quantidades de óleos essenciais com mais frequência. Para alguns problemas, experimente usar 1–2 gotas a cada 1–2 horas. Para outras situações, experimente utilizar as suas soluções pelo menos 1–3 vezes por dia durante um mês (ou mais) até obter os resultados desejados ou para reavaliar o progresso. Em alguns casos, é necessário algum tempo até poder observar melhorias. Noutros, são necessárias medidas adicionais para obter os resultados ideais.

Algo está a bloquear os efeitos

Reduza o consumo ou a exposição a toxinas, substâncias nocivas ou sintéticas e anti-nutrientes como o açúcar, a cafeína e os alimentos processados. Todos estes fatores podem enfraquecer o sistema imunitário e canalizar a energia do organismo para os hábitos negativos, reduzindo assim o efeito dos óleos essenciais. A desidratação, os níveis elevados de stress e a falta de sono também podem ter um forte impacto nos resultados. Além disso, os óleos essenciais necessitam dos nutrientes presentes no organismo para atuarem com eficácia. Se as reservas forem baixas, os resultados podem ser mínimos ou mesmo inexistentes. Se ainda não o fez, não se esqueça de adicionar o Lifelong Vitality Pack™ à sua rotina diária de bem-estar.

Experimentar uma solução diferente

O que funciona para uma pessoa pode não funcionar para outra. Cada pessoa é diferente. Uma das grandes vantagens dos óleos essenciais é a possibilidade de se adaptarem a essa individualidade. Experimente soluções diferentes até encontrar a certa. Além disso, não descure as origens emocionais de uma doença física. Os nossos pensamentos e as nossas crenças têm um impacto direto e indireto nos nossos processos biológicos. Utilize os óleos essenciais para o apoio emocional, bem como para melhorar o nível e a rapidez dos resultados.

Formação contínua

Após receber e integrar clientes

Proponha formações aos clientes que os ajudem a aumentar a confiança, a experiência e o conhecimento. Quando os ajuda a encontrar valor nos produtos, a descobrir o potencial do estilo de vida dōTERRA e a maximizar as vantagens da filiação, a fidelização dos clientes será maior. A formação contínua pode decorrer online, presencialmente ou num formato gravado.

Porquê formação contínua?

- Reforça a confiança nos produtos.
- Transforma vidas.
- Incentiva encomendas do LRP regulares.
- Cria o desejo de partilhar e construir o negócio.
- Faz crescer a sua equipa.

Conselhos para efetuar convites

- Convide os clientes a convidar outras pessoas.
- Convide potenciais clientes que não se tenham inscrito no primeiro workshop.
- Convide clientes atuais e potenciais que estejam interessados num determinado tema.
- Convide builders que queiram saber mais.

Workshops

Utilize os workshops de formação contínua ministrados pela sua linha superior ou comece a organizar os seus próprios. Após as Consultas de Bem-Estar, o guia *Live* continua a ser um excelente material de aprendizagem em matéria de estilo de vida. Contém uma série de workshops prontos a utilizar. No início de cada workshop, introduza o tema relacionando-o com a Tabela de Estilo de Vida Orientado para o Bem-Estar e, depois, utilize as páginas correspondentes como referência.

Temas possíveis:

- Bons hábitos quotidianos com o LLV
- Cozinhar com óleos essenciais
- Saúde infantil
- Promover um estilo de vida saudável
- Viver com energia e vitalidade
- Exercício físico e movimento
- Ajuda ao relaxamento

- Aromaterapia emocional
- Detox de 30 dias
- Cuidados da pele, cabelo e corpo
- Preparado/a para tudo

Workshops especiais:

Proponha workshops sobre outros temas de interesse relacionados com o estilo de vida.

- Regresso às aulas
- Mamã e bebé
- Receitas caseiras para o inverno
- Óleos essenciais para animais de estimação
- Cuidados do rosto e Spa
- Intimidade
- Repensar o saco do ginásio
- Óleos essenciais em contextos profissionais

Consultas de Bem-Estar em grupo

A realização de Consultas de Bem-Estar em grupo pode ser uma forma de ajudar um maior número de novos membros em menos tempo. Pode enviar antecipadamente um vídeo com os pontos essenciais, de modo a poder dedicar mais tempo às perguntas e para ajudar os participantes a definir o seu Plano de Bem-Estar Diário e as listas de desejos para 90 dias.

Algumas vantagens:

- A participação é geralmente maior em videochamadas ou chamadas telefónicas do que presencialmente.
- Solicite que cada pessoa tenha os seus produtos à mão durante a conversa.
- Considere a possibilidade de oferecer uma recompensa pela participação ou por trazer um convidado.

Recursos online

Equipa

Utilize os excelentes recursos de educação sobre produtos fornecidos a si e aos seus clientes pela sua linha superior até decidir criar os seus próprios recursos, normalmente quando atingir qualificações mais elevadas, como Ouro ou Platina, e puder trabalhar em conjunto com os seus próprios builders. A formação para equipas pode ser efetuada semanalmente sob a forma de uma chamada Zoom ou Facebook Live, ou pode ser disponibilizada no site da respetiva equipa.

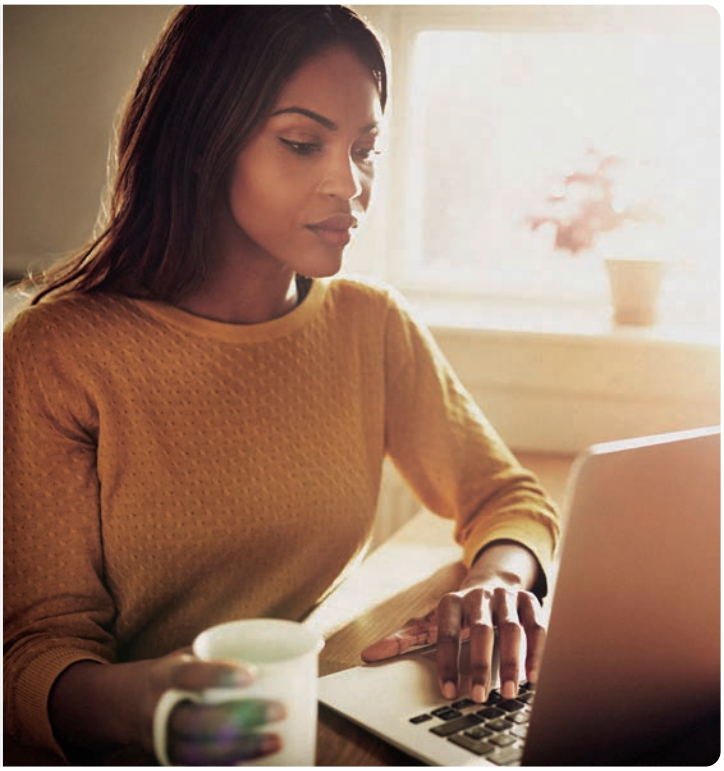
dōTERRA

Partilhe e promova os conteúdos disponíveis em *doterra.eu:*

- Informação sobre os produtos
- Centro MetaPWR
- Centro AromaTouch Technique™
- Material informativo

doterra.eu > A nossa história

- Factos sobre os óleos essenciais



Encontros de utilizadores de óleos essenciais

Convide os clientes a reunir-se e a viver um sentimento de comunidade, enquanto exploram formas criativas de utilizar os óleos e os produtos. Mantenha estes encontros informais e divertidos. Sugira aos participantes que partilhem experiências, dicas e receitas. Procurem soluções em conjunto com a ajuda de um guia de referência sobre óleos essenciais. Considere a possibilidade de organizar um encontro mensal ou trimestral, no mesmo local ou em locais diferentes, numa base rotativa.

Cultivar a relação com os clientes

Cultive uma comunidade dinâmica de pessoas que utilizam óleos essenciais. Uma das melhores formas de expandir a sua equipa é cuidar dos que já se juntaram a ela: um filão de ouro à espera de inspiração. As pessoas adoram ambientes com valores comuns, onde possam aprender e crescer em conjunto.

Ao colmatar a falta de experiência dos clientes, está a contribuir para os seus objetivos de bem-estar a longo prazo. Pense nas pessoas sob a sua alçada e pesquise no Escritório Virtual para identificar possíveis necessidades. Por exemplo, procure pessoas que deixaram de fazer encomendas ou que não chegaram a fazer uma segunda encomenda. Utilize os seguintes guiões para orientar as suas conversas de apoio ao cliente. Em primeiro lugar, converse um pouco para estabelecer uma ligação. Mais importante ainda, faça perguntas para descobrir necessidades que não foram supridas.

Descobrir necessidades

- Não sabe como utilizar os produtos.
- Ainda não notou diferenças.
- Não sabe como encomendar online nem conhece o LRP.
- Nunca teve uma Consulta de Bem-Estar.
- Não conhece os outros produtos.
- Necessita de mais ideias.

Chamada de acompanhamento

1 Contacte e descubra

Olá, sou o/a _____, Consultor/a de Bem-Estar da dōTERRA. Estou a ligar-lhe para agradecer por ser um/a cliente regular e para...

A. Responda às perguntas e ofereça soluções:
saber se tem alguma dúvida sobre como utilizar os produtos ou se tem alguma prioridade que gostaria de resolver neste momento. Ouça e proponha soluções pertinentes ou procure-as em conjunto num guia de referência.

B. Faça perguntas sobre o progresso e apresente soluções:
Gostaria de saber se está a gostar dos produtos e quais estão a ter melhores resultados. Valide as suas experiências positivas e apresente mais sugestões para as suas necessidades.

A. *Também adoro o Zengest™! Já experimentou as cápsulas moles?*

B. *Os seus filhos parecem gostar do óleo de Lavanda ao deitar! Já pensou em colocar um difusor em cada quarto para que cada membro da família possa desfrutar dos seus óleos preferidos?*

C. *Fico feliz por ver que está a usar o Deep Blue™ nos seus clientes. Aposto que adoram! Tenho reparado que muitos massagistas também usam o AromaTouch™ e o dōTERRA Balance™!*

2 Acrescente valor

Utilize os **guiões suplementares** conforme desejar (ver página seguinte).

3 Concluir

Foi um prazer falar consigo e ficar a saber como está a utilizar os óleos dōTERRA. Vou enviar-lhe um _____ (p. ex. link) *para que possa _____* (p. ex. aderir ao nosso grupo no Facebook). *Se tiver alguma dúvida, não hesite em contactar-me!*

Conheça a sua taxa de fidelização

Monitorize a sua atividade pessoal e a da sua equipa bem como a taxa de fidelização de clientes no seu back office, em "Equipa" ou "Serviços para Consultores de Bem-Estar".

O acompanhamento é a chave para o sucesso.

Michael Clouse

Guiões suplementares

Convite para se juntar à comunidade

Sabia que temos uma fantástica comunidade no _____ (p. ex. Facebook) *onde pode fazer perguntas e consultar materiais informativos, bem como receber notificações sobre eventos e promoções de produtos? Junte-se a nós.*

Convite para formação contínua

Quero oferecer-lhe a oportunidade de participar no nosso ciclo de formações sobre o bem-estar. Cada workshop foca um tema específico e explica como utilizar os óleos essenciais e os produtos dōTERRA adequados.

A. *Reunimo-nos todas as _____ às _____* (p. ex. terças às 19:00) *para uma chamada no Zoom. Vou enviar-lhe o link.* Ou *na _____* (p. ex. minha casa).

B. *Estamos em direto todas as _____ às _____* (p. ex. quartas às 19:00), *a partir do nosso grupo de amantes de óleos essenciais no Facebook chamado _____. Vou enviar-lhe um link para que se possa juntar a nós. Existe algum tema sobre o qual gostaria de aprender mais? Posso sugerir-lhe um workshop!*

C. *Mantemos todos os workshops online para que possa aceder a estes sempre que precisar. Basta aceder ao nosso _____* (p. ex. site da equipa ou grupo no Facebook), *e depois a _____* (p. ex. separador ou Guia _____). *Vou enviar-lhe um link. Existe algum tema que lhe interesse e sobre o qual possa enviar-lhe mais informações?*

Ofereça promoções e incentivos

A. *Venho informá-lo/a sobre uma fabulosa oferta! Se efetuar uma encomenda de pelo menos _____* (p. ex. 200 PV) *até ao dia _____* (p. ex. 15 ou 30) *deste mês, receberá _____* (p. ex. uma promoção oferecida pela dōTERRA ou por si)! Caso o interlocutor assuma o compromisso: *Muito bem! Vou tomar nota de que vai efetuar uma encomenda até ao dia 15 para poder receber um _____ grátis! Esqueci-me de alguma coisa?*

B. *A dōTERRA tem uma oferta extraordinária esta semana: _____* (p. ex. os BOGO). *Eis alguns detalhes:... Vou enviar-lhe o link: _____ que o/a leva diretamente para a oferta: _____.*

C. *Além disso, estou a oferecer um _____* (p. ex. óleo essencial) *de oferta aos meus clientes que efetuarem uma encomenda do LRP de (pelo menos) 100 PV durante este mês, como forma de agradecimento pelo seu apoio. Estaria interessado/a? Excelente! Envio-lhe em seguida toda a informação.*

Convide a partilhar e a construir o negócio

A. *Sei que adora utilizar os nossos produtos e tenho a certeza de que conhece outras pessoas que poderiam estar interessadas. Gostaria de organizar um workshop? Se o fizer, receberá um presente gratuito!*

B. *Acabo de regressar do _____* (p. ex. evento, workshop, European Convention). *Conheci muitas pessoas motivadas, cuja energia e entusiasmo me fizeram pensar em si! Gostaria de falar mais consigo sobre este assunto. Estaria interessado/a na oportunidade de negócio dōTERRA?*

Conselhos

Use as ofertas para criar um sentimento de urgência

Uma ótima maneira de aumentar as encomendas do LRP de clientes ativos e menos ativos é enviar notificações regulares sobre promoções e incentivos oferecidos pela dōTERRA, pela sua linha superior ou por si próprio/a. Pode até obter melhores resultados se as ofertas corresponderem aos interesses dos clientes ou se os convidar a experimentar um novo produto.

Procure direcionar os incentivos em função do volume ou das inscrições que permitirão subir de categoria. Se necessário, colabore com a sua linha superior.

- *Já não fazem encomendas há algum tempo? As ofertas BOGO são perfeitas para desencadear uma compra.*
- *Encomendam alguns produtos por mês ou de tempos em tempos? Ofereça um incentivo para encomendas superiores a 100 PV.*
- *Costumam encomendar mais de 100 PV por mês? Proponha uma recompensa para encomendas superiores a 200 PV.*

Crie uma lista de clientes VIP

Organize uma lista de pessoas que gostariam de receber atualizações sobre ofertas especiais e oportunidades de formação. Torne-a fácil de utilizar para que possa enviar rapidamente mensagens eficazes e oportunas. Adquira o hábito de manter os seus clientes sempre informados.

Identifique as necessidades e marque uma Consulta de Bem-Estar

1 Contacte e descubra

Olá, ___. Sou o/a ___, Consultor/a de Bem-Estar da dōTERRA. Estou aqui para lhe prestar assistência e, ao consultar o meu Escritório Virtual, verifiquei que...

Inscrito/a no LRP mas nunca teve uma Consulta de Bem-Estar

...aprecia os nossos óleos e que os compra todos os meses! Quais são os seus favoritos? O que o/a levou a experimentar óleos essenciais?

Só faça estas perguntas se realmente não souber as respostas.

É excelente que esteja a beneficiar do Programa de Recompensas por Lealdade!

Além disso,...

Não faz encomenda há algum tempo

...há já algum tempo que não faz encomendas. Tem alguma dúvida que eu possa esclarecer?

Além disso,...

Faz compras mas não está inscrito/a no LRP

...parece-me que aprecia os nossos óleos e que os compra regularmente. Gostaria de saber quais são os seus favoritos e quais estão a ter melhores resultados.

Outro motivo pelo qual estou a telefonar é para lhe falar de uma das grandes vantagens da dōTERRA e de como pode obter produtos gratuitos com o Programa de Recompensas por Lealdade. Pode recuperar até 30% do valor das suas compras sob a forma de produtos gratuitos. Pode facilmente alterar ou cancelar a sua encomenda em qualquer altura. Precisa de mais informação ou de ajuda para criar uma encomenda do Programa de Recompensas por Lealdade?

Inscrito/a no LRP mas o cartão de crédito não funciona

...a dada altura, criou uma encomenda do Programa de Recompensas por Lealdade. Ela ainda aparece no sistema, mas não está a ser processada. Sabia disto? Não queria que ficasse a pensar porque é que a sua encomenda não foi enviada. É possível que o cartão que introduziu no sistema tenha expirado ou já não esteja a ser utilizado. Posso ajudá-lo/a a resolver o problema ou, se preferir, poderá contactar o serviço de apoio ao cliente.

Além disso,...

2 Agende uma Consulta de Bem-Estar

A. Nunca teve uma Consulta de Bem-Estar: *Quero certificar-me de que tem conhecimento desta fantástica oferta, que não pode perder! Com a sua conta, tem direito a uma Consulta de Bem-Estar gratuita de cerca de 30 minutos, em sua casa ou por telefone, em que lhe explico como utilizar os seus produtos para satisfazer as suas prioridades de bem-estar. Utilizaremos o guia* Live, *que lhe enviarei antecipadamente.*

Relembre-me só qual foi o primeiro kit que comprou (pergunte apenas se não souber ou se já não o conseguir encontrar no Escritório Virtual). *Ah, sim! Por vezes, quando as pessoas compram óleos essenciais pela primeira vez, não sabem bem como os utilizar. O objetivo da Consulta de Bem-Estar é ajudá-lo/a a utilizar estes produtos como parte do seu Plano de Bem-Estar Diário e mostrar-lhe como obter o máximo benefício ao longo do dia. Serve também para garantir que sabe como tirar o máximo partido da sua filiação e ganhar produtos gratuitos.*

B. Proponha uma Consulta de Bem-Estar posterior: *Sei que realizámos uma Consulta de Bem-Estar quando começou, mas como já passou algum tempo, pensei que seria útil reavaliar o seu Plano de Bem-Estar Diário e certificar-me de que o está a utilizar com confiança.*

Gostaria de realizar outra consulta consigo! Tem disponibilidade no dia _____ *ou* _____ (data) *às* _____ (hora) *? Excelente! Se for como eu, vai querer receber uma mensagem de aviso, não é? Posso enviar-lhe uma? Muito bem! Está marcado! Aqui tem os meus dados, caso queira contactar-me: ... Será um prazer voltar a falar consigo!*

doTERRA
Bringing hope, healing hearts, raising leaders, living dreams—
the meaningful work of a doTERRA Wellness Advocate.
doTERRA
Build
Intro to Build
doTERRA
Lemon
doTERRA
Lemongrass

Encontrar builders

Abrace esta causa

No final da fase "Encontrar builders", saberá como encontrar e formar os seus parceiros de negócio e os Builders da linha abaixo, criando uma comunidade dinâmica e bem-sucedida.

A liderança consiste em comunicar o valor e o potencial de cada pessoa de forma tão clara que elas se sintam inspirada a ver isso nelas próprias.

—

Stephen Covey

Encontre parceiros de negócio

Um negócio de sucesso requer a colaboração com pessoas que pensam da mesma forma e que querem o que você e a dōTERRA têm para oferecer. Siga estes conselhos para encontrar e recrutar parceiros de negócio competentes e motivados.

1. **Comece com o resultado final em mente.** Crie uma visão futura para os potenciais builders. O que alimenta a sua paixão por servir a comunidade? Está a liderar a sua própria empresa e a pedir-lhes que se associem a si. Por isso, precisam de saber qual o seu destino antes de tomarem essa decisão.
2. **Chegará lá, com ou sem eles.** O seu sucesso ou o seu fracasso são inteiramente responsabilidade sua. Necessita de pessoas o/a sigam, mas ninguém pode fazer ou desfazer o seu negócio. Procure pessoas que queiram colaborar consigo. Se as pessoas sentirem que o seu sucesso depende delas, terão tendência a recusar. Em vez disso, transmita-lhes entusiasmo pelo seu sucesso futuro. Não vão querer perder a oportunidade e, muitas vezes, optarão por juntar-se a si.
3. **Domine a "Introdução à construção do negócio".** Domine tão bem a apresentação de "Introdução à construção do negócio" como domina a apresentação de "Introdução aos óleos essenciais". Aprenda a falar eficazmente sobre a oportunidade de negócio. Faça apresentações frequentes para ganhar confiança e experiência ao recrutar novos builders.
4. **Leve os potenciais clientes a eventos da empresa e da equipa.** Não se esqueça: os eventos são propícios à tomada de decisões.
5. **Apresente-os à sua linha superior.** Utilize a sua linha superior para dar mais credibilidade à oportunidade de negócio dōTERRA. Peça-lhes que partilhem a sua experiência com os potenciais clientes. (saiba mais sobre as chamadas a 3 na p. 82.)
6. **As pessoas colaboram com pessoas de quem gostam.** Com quem quer passar o seu tempo? Com quem quer viajar? Não está à procura de uma linha abaixo, mas sim de parceiros de negócio. Seja o tipo de pessoa com quem os outros querem construir uma empresa. Fale sobre o quanto gosta do que faz e como isso mudou a sua vida. As melhores colaborações são com pessoas pelas quais demonstrou um interesse sincero. Se as ajudar a encontrar soluções para os seus problemas, sentir-se-ão mais inclinadas a colaborar.
7. **Acredite neles.** Os novos builders não têm experiência e dependem da sua confiança até poder construir a sua própria. No início, acredita muito mais neles do que eles acreditam em si próprios. Incuta-lhes confiança.

O parceiro de negócio ideal

Consulte a página 108 para conhecer as características que procura num parceiro de negócio. À medida que ganha experiência, vá aumentando a lista.

Motivados e competentes — são:

- Genuínos: o verdadeiro parceiro
- Otimistas e empenhados
- Prontos e motivados para irem mais além
- _____
- _____
- _____
- _____

Superficiais e relutantes — são:

- Pouco genuínos, pouco motivados
- Resignados e desinteressados
- Apegados à sua história e às suas desculpas
- _____
- _____
- _____
- _____

Convidar para construir o negócio

Consulte a sua *lista de nomes* e concentre-se naqueles que identificou como os melhores potenciais builders. Siga estes passos simples para os convidar a criar um negócio consigo. Pode utilizar os guiões e modificá-los conforme necessário.

- Comece com um contacto presencial, online ou telefónico para cultivar a relação. Encontre formas autênticas de preparar o terreno para a oportunidade dōTERRA, propondo ocasionalmente ideias e vídeos e fazendo perguntas como estas:
  A. *Está interessado/a em novas oportunidades de negócio e de ganhar dinheiro?*
  B. *Deseja saber mais sobre a possibilidade de obter um rendimento extra com a dōTERRA?*
  C. *Já pensou em partilhar a sua paixão pelos óleos essenciais com outras pessoas e possivelmente ganhar um dinheiro extra?*
- Partilhe a sua visão.
- Diga aos potenciais parceiros porque é que pensou neles e porque é que gostaria que trabalhassem junto.
  É uma pessoa com espírito empresarial/ extrovertida/empreendedora/que se relaciona bem com os outros
- Depois de terem confirmado o seu interesse, convide-os a assistir a uma apresentação de "Introdução à construção do negócio".
- Considere a possibilidade de organizar uma chamada a 3 com a sua linha superior quando recrutar os seus parceiros de negócios, para reforçar a credibilidade.
  Falei com a _____ (linha superior) *esta manhã. Conhece-la? Ela é especialista em _____* (motivação/interesses/antecedentes da linha superior) *e um membro _____* (qualificação da linha superior) *na dōTERRA. É uma pessoa incrível e muito requisitada! Ela iria adorar falar consigo ao telefone. Eu também estarei presente. Ela está disponível nestes horários: _____. Qual é a opção mais conveniente para si?*

Antes de efetuar a chamada, convide os potenciais parceiros a assistir a um pequeno vídeo que os motive e desperte o seu interesse (p. ex. a empresa, o Plano de Compensação, a qualidade dos produtos/CPTG™, Co-Impact Sourcing™, dōTERRA Healing Hands™).

Marque um encontro para falarem sobre o vídeo nas 48–72 horas seguintes.

Conselho

Ao fazer uma apresentação a um potencial Builder, seja presencialmente ou através do Zoom, as reuniões individuais são geralmente mais eficazes. Muitas vezes, as pessoas identificadas como influenciadoras preferem ter uma conversa mais íntima e personalizada.

Agenda:

- Faça perguntas para saber mais.
- Determine os pontos problemáticos pelo potencial parceiro.
- Identifique as suas necessidades.
- Ofereça soluções.

Porquê uma chamada a 3?

As chamadas a 3 utilizam o conhecimento e a experiência da sua linha superior para ajudar a conquistar o respeito e a confiança de um potencial parceiro, não só em relação a si, mas também em relação à sua equipa e à empresa. Juntos, apresentem uma introdução à oportunidade de negócio dōTERRA (ver guião "Introdução à construção do negócio", p. 89–90) utilizando o guia *Build*.

Quer seja durante uma chamada telefónica, uma chamada Zoom ou presencialmente, pode ser tranquilizador para si e para o potencial parceiro ter alguém mais experiente a conduzir a conversa. Em breve, estará também a fazer chamadas a 3 com os seus builders quando estes, por sua vez, recrutarem os seus próprios parceiros de negócio e os seus próprios builders.

Aspetos a ter em conta:

- Você, a sua linha superior e o potencial parceiro estão todos presentes na chamada.
- Certifique-se de que todos dispõem das informações necessárias com antecedência.
- Ouça com atenção, tome notas e procure ser um mentor motivado e competente para o seu novo builder.
- Mantenha a conversa interessante para o potencial builder.

O poder de partilhar

Aproveite o poder da partilha convidando outras pessoas a passar a palavra sobre estas soluções fantásticas. Os Sharers podem trazer uma explosão de energia à sua equipa e à sua empresa.

Alargue a sua influência

Chegue a mais pessoas pedindo às pessoas que já conhece que o/a ponham em contacto com os seus contactos. Será que conhecem alguém que esteja à procura de uma oportunidade como a da dōTERRA?

Muitas vezes, durante conversas informais, as pessoas dizem àqueles em quem confiam que estão à procura de oportunidades novas ou diferentes para a sua vida. É justamente assim que funciona o trabalho em rede: quando um "intermediário" aproxima as pessoas. Utilize os guiões no topo da página seguinte, para ajudar a estabelecer as conversas certas e pedir referências sobre potenciais builders.

Convide para organizar eventos

Uma das formas mais eficazes de expandir a sua comunidade dōTERRA e encontrar novos builders é fazer com que outras pessoas organizem apresentações com os seus próprios convidados. Fique atento/a durante as conversas ou, ao interagir nas redes sociais, procure as oportunidades que podem abrir portas. Quando chegar o momento certo, partilhe uma experiência com um produto ou conte como a dōTERRA o/a ajudou. Pode dizer algo como: *O meu sonho é fazer parte de um movimento que traga esperança e bem-estar para os lares e as vidas das pessoas, ensinando-as a utilizar os produtos dōTERRA no dia-a-dia, tal como eu faço! Adoro saber que estou a mudar vidas em todo o mundo: desde os agricultores e as suas famílias até às pessoas que vivem aqui em casa.*

Sempre que oferecer amostras, convidar, organizar workshops ou fizer apresentações e, especialmente durante as Consultas de Bem-Estar e as sessões de formação contínua, incuta a ideia de partilha, de organização de eventos e de oportunidade de negócio.

Eis alguns exemplos:

A. *Se se imagina a fazer o que eu faço – ajudar outras pessoas a descobrirem soluções – e ficou a pensar na possibilidade de se tornar Consultor de Bem-Estar da dōTERRA, gostaria de falar consigo sobre como pode cobrir o custo dos seus produtos e sobre a oportunidade de complementar e aumentar o seu rendimento. Venha falar comigo depois da sessão!*

B. *Porque não planear com antecedência? Vamos marcar uma data para que possa organizar um workshop como o que acabou de assistir e, desta forma, dar a conhecer estes produtos às pessoas de quem gosta.*

Organizar workshops de sucesso

Convide os sharers e os potenciais parceiros de negócio a organizar um workshop presencial ou online. Graças às experiências positivas, começarão a ver-se a si próprios no papel de builders.

- Realize uma sessão de "Introdução às apresentações" utilizando o guia *Share* e o *Planificador de workshops* (ver p. 50) para criar um plano claro e organizado, identificando os vários papéis e como criar uma experiência que incentive as inscrições.
- Solicite-lhes que criem uma lista, utilizando a p. 2 do guia *Share*, das pessoas que querem convidar (por exemplo, família, amigos, vizinhos, colegas). Sugira-lhe que criem experiências através da partilha da sua própria história e de amostras, antes de efetuar os convites.
- Cheguem a acordo prévio sobre como serão recompensados: como Consultores de Bem-Estar ou através de recompensas que oferece pela organização do workshop. O interesse pode aumentar após a organização de um workshop.
- Volte a contactá-los para reforçar o seu compromisso de gerar rendimentos com a dōTERRA e esclarecer quem será responsável por efetuar as inscrições, realizar Consultas de Bem-Estar e prestar apoio ao cliente.

Peça referências sobre builders

A. *Estou a contactá-lo/a para pedir a sua ajuda. Dou formação no âmbito dos óleos essenciais desde _____. Estou atualmente a procurar expandir o meu negócio na área de _____* (p. ex. localização geográfica, tipo de negócio).

O meu desejo é investir tempo, dinheiro e recursos na pessoa certa: alguém que se interesse pelo bem-estar natural, tenha um espírito empreendedor e apenas precise da orientação certa. Conhece alguém que gostaria de saber mais sobre os produtos e as oportunidades da dōTERRA? Posso enviar-lhe um conjunto de óleos essenciais de oferta para que possa ter uma ideia do tipo de pessoa que poderá ser adequada?

B. *Atualmente, estou a trabalhar com a dōTERRA, uma empresa de bem-estar premiada, avaliada em milhares de milhões de dólares, para levar os benefícios dos óleos essenciais a milhões de pessoas em todo o mundo.*

Estou à procura de pessoas que possam estar interessadas em explorar esta indústria revolucionária. Confio na sua opinião e, por isso, gostaria de saber se conhece alguém que possa estar interessado na dōTERRA, quer por razões económicas, quer simplesmente pelo desejo de ajudar outras pessoas. Pode também ser alguém que não tenha manifestado um interesse em particular, mas que seja uma pessoa brilhante, enérgica e motivada. Ficar-lhe-ei muito grato/a se me puder recomendar alguém. Se quiser saber mais sobre este assunto, podemos marcar um encontro.

Fale com desconhecidos

Quando duas pessoas desconhecidas se encontram, muitas vezes, uma das primeiras perguntas que fazem é: "O que é que faz na vida?". Uma das competências mais eficazes que pode aprender é ser a primeira pessoa a iniciar esta conversa. Porquê? Porque se lhes perguntar, as pessoas irão por sua vez perguntar-lhe a si. Os exemplos de conversas que se seguem mostram a eficácia de saber exprimir claramente o que faz:

A. *Como sabe, a maioria das pessoas coloca a sua saúde nas mãos de outra pessoa. Bem, eu faço uma coisa extraordinária. Ensino as pessoas a assumir o controlo da sua saúde.*

B. *Sabia que a maioria das pessoas está interessada no bem-estar natural, mas não sabe por onde começar? Bem, eu faço uma coisa extraordinária. Ensino as pessoas a descobrir e a utilizar uma das soluções mais poderosas da natureza.*

Se por acaso lhe perguntarem primeiro *o que faz*, dê a volta à conversa para poder fazer perguntas sobre o trabalho deles e personalizar a sua resposta: *Faço algo de que gosto muito! E a senhora, o que faz?* Depois, em função do que responderem, pode adaptar a sua resposta:

A. *Ensino os pais a cuidar da sua família de forma natural com óleos essenciais e outros produtos.*

B. *Trabalho com quiropráticos e mostro-lhes como criar um fluxo de rendimento adicional no seu consultório, apresentando aos pacientes formas de alcançar o bem-estar através dos óleos essenciais.*

E quanto a si? Tem alguma prioridade financeira ou em matéria de bem-estar? Depois de responderem, diga:

A. *Estaria interessado/a em experimentar algo novo?*

B. *Estaria interessado/a em conhecer formas de ganhar um rendimento extra?*

O objetivo é que, depois de dizer o que faz, a outra pessoa diga: "Sim, fale-me mais sobre o que faz." Nessa altura, pode responder: *Trabalho com pessoas que querem soluções seguras, naturais e eficazes para cuidar do bem-estar da sua família. Sabe alguma coisa sobre óleos essenciais?*

Se a resposta for negativa, terá uma excelente oportunidade para contar a sua história e explicar como os produtos dōTERRA e/ou a oportunidade de negócio foram uma solução para si e para a sua família (consulte a p. 36 para preparar a sua história com antecedência).

Continue a conversa fazendo perguntas, ouvindo e descobrindo formas de acrescentar valor às vidas dessas pessoas, ligando a oportunidade dōTERRA às necessidades delas. Afinal de contas, o objetivo é encontrar pessoas que, por sua vez, o/a procuram a si. Durante a conversa, pinte um quadro com o qual as pessoas se possam identificar e queiram saber mais.

O trabalho em rede não consiste apenas em trocar cartões de visita ou dados de contacto. Para que faça sentido, crie estratégias para manter o contacto com as pessoas que conheceu. Depois de estabelecer uma ligação, utilize os passos descritos noutras partes deste guia para desenvolver a sua conversa.

Tem de perguntar. Perguntar é o segredo mais poderoso do mundo, mas mais menosprezado, para o sucesso e a felicidade.

—

Percy Ross

Introdução à construção do negócio

As pessoas escolhem a oportunidade de negócio dōTERRA por várias razões. Algumas escolhem-na pelos ganhos, outras pela missão. Seja qual for a razão, o guia *Build* pode ajudá-lo/a a criar as conversas certas.

Durante uma sessão de "Introdução à construção do negócio", concentre-se no que é mais importante para o seu público, fazendo perguntas (ver sugestões na página seguinte) para descobrir quais são os seus interesses e necessidades, como rendimentos, motivação ou flexibilidade de horários. Em seguida, associe os objetivos dos participantes às soluções dōTERRA.

Outra opção é ensinar apenas uma parte do guia *Build* (passos 1–4), após uma sessão de "Introdução aos óleos essenciais". Independentemente do que ensinar, a certa altura da conversa surgirá a necessidade de um contacto individual, de acordo com os passos 5–9. Reserve tempo com cada participante para reforçar os compromissos através de uma chamada a 3 com a sua linha superior (conforme descrito na p. 82) ou durante a sessão estratégica de "Introdução ao lançamento". Para manter um fluxo constante, apresente pelo menos uma "Introdução à construção do negócio" por semana. Torne as apresentações simples, replicáveis e adaptadas aos seus potenciais clientes. Utilize a estrutura e o guião das páginas seguintes para fazer apresentações bem-sucedidas.

Finalidade

- Reunir pessoas, ouvir as suas necessidades e falar sobre a oportunidade dōTERRA.
- Concentrar-se nas necessidades dos participantes e explicar-lhes como é que esta oportunidade lhes pode servir.

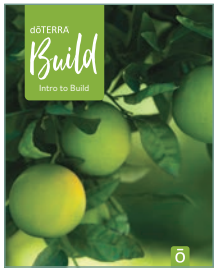
Dica importante

Contacte-os no prazo de 72 horas para se inscreverem (se ainda não o tiverem feito) e realize uma sessão estratégica de "Introdução ao lançamento". Utilize este guia para garantir que os participantes compreendem os passos essenciais para construir um negócio de sucesso e criar uma base sólida para resultados futuros.

Duração ideal (20–60 min.)

Utilize o guia *Build*.

5 min.

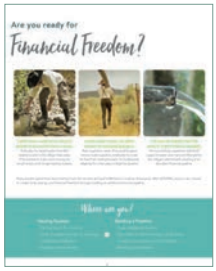


1 Dê as boas-vindas aos builders

Inicie a sessão e apresente o orador especial.

Orador especial
Fala sobre o anfitrião e conta a sua própria história.

5 min.



2 Porquê um aqueduto?

A parábola dos baldes e do aqueduto. Saiba mais sobre a situação dos participantes.

5 min.

3 Porquê a dōTERRA?

Partilhe as vantagens de trabalhar com os produtos, a liderança e as iniciativas globais da dōTERRA.

5–10 min.

4 Compensações generosas

Explique ou mostre um vídeo.

5 min.

5 Convide a sonhar

Evidencie as possibilidades.

5 min.

6 Escolha um caminho

Explique como podem partilhar e ganhar.

5 min.

7 A chave do sucesso

Explique o poder e a simplicidade de trabalhar com um sistema de formação e de construção do negócio.

5–10 min.

8 Perguntas e respostas

Responda às perguntas. Conte uma história que possa ajudar a esclarecer dúvidas.

5–10 min.

9 Convide a colaborar

Juntos, assumem o compromisso de construir o negócio e marcam uma data para a "Introdução ao lançamento".

Estrutura da "Introdução à construção do negócio"

Utilize a estrutura abaixo como modelo para as reuniões individuais. Inclua o seu mentor da linha superior nas suas primeiras sessões de *Introdução à construção do negócio*. Antes da sessão, explique ao mentor o que sabe sobre as necessidades/interesses do potencial builder. Para tornar a conversa mais produtiva, convide o potencial builder a assistir a um vídeo relevante, como sugerido na p. 82.

Dê as boas-vindas. Se for um elemento da sua linha superior a conduzir a conversa, apresente-o e depois passe-lhe a palavra. Não se esqueça: o potencial builder já confia em si, mas só confiará na sua linha superior quando a sua credibilidade for estabelecida através da apresentação.

Dê a palavra

- Interaja perguntando: *Fale-me de si... Há quanto tempo...* (trabalho/carreira)*?*
- Antes de intervir, a pessoa que conduz a conversa pergunta: *Tem alguma pergunta?* Responda às perguntas agora ou faça-o ao longo da conversa.
- Em seguida, integre estas perguntas na conversa para compreender melhor as necessidades e os interesses do potencial Builder.
  - *O que gostaria de mudar na sua situação atual?*
  - *Como está relativamente a...* (saúde, relações, finanças, tempo, interesses, motivação)*?*
  - *Sente que falta alguma coisa no seu trabalho/carreira? Sente frustração e que os seus objetivos profissionais e financeiros não foram atingidos?*
  - *Que impacto é que isto tem em si e na sua família* (esperança, confiança, relações, saúde, finanças, tempo)*?*
  - *O que é que pode acontecer se as coisas não mudarem? Qual é a sua motivação atual para mudar as coisas?*

Conselho

Para se preparar melhor para estas conversas, pratique-as com o seu mentor ou com um membro da família. Pratique tornar a apresentação "sua".

Assuma a palavra

Mostre sinceridade quando relaciona as dificuldades de uma pessoa com as suas soluções, expressando confiança e paixão.

1 Conte a sua história

Sei que podemos fazer a diferença nas vossas vidas! Vou contar-vos uma história ____ (conte uma experiência semelhante de outra pessoa). *Também gostaria de vos contar a minha experiência e o meu percurso* (prepare a sua história com antecedência na p. 36).

2 Porquê um aqueduto?

Conte a parábola dos baldes e do aqueduto e explique porque é importante construir um fluxo financeiro estável (fale sobre o seu passado, o que não funcionou, como a dōTERRA o/a ajudou e como encara o seu futuro hoje). *Se tivesse uma varinha mágica e pudesse criar o seu negócio dōTERRA ideal, como gostaria que ele fosse? Gostaria de complementar ou aumentar o seu rendimento? Como seria do ponto de vista dos ganhos? Como é que isso ajudaria a....* (p. ex. resolver as suas prioridades financeiras em 6–12 meses)*?*

3 Porquê a dōTERRA?

Concentre-se no que mais motivaria essa pessoa (p. ex. levar os óleos essenciais para as casas de outras pessoas, assumir o controlo do próprio bem-estar, o potencial de ganhos, os óleos essenciais de qualidade CPTG™, os valores e a liderança da empresa ou iniciativas globais como o dōTERRA Healing Hands™ e o Co-Impact Sourcing™). Demonstre confiança no potencial Builder e nas suas capacidades para criar a vida que deseja.

4 Compensações generosas

Destaque as quatro formas de ganhar dinheiro com a dōTERRA e o potencial global de ganhos. Se preferir, utilize um vídeo.

5 Convide a sonhar

Quais são as suas aspirações e sonhos? Que objetivos quer alcançar?

6 Escolha um caminho

Convide o potencial Builder a interagir ao nível que lhe for mais conveniente. *Vejamos como começar. Quantas horas por semana pode dedicar? Qual é o caminho mais adequado às suas necessidades? Quando gostaria de atingir este objetivo?*

Se necessário, explique o seguinte: *Quero ser realista consigo. Olhando para os seus objetivos e para o número de horas que gostaria de dedicar, com base na média da empresa, um destes números tem de mudar. Ou aumenta o número de horas que dedica ao seu negócio ou aumenta o prazo para concretizar o seu objetivo. Qual deles está disposto a mudar?*

Trabalhem em conjunto para definir um objetivo e um período de tempo adequados. É raro alguém conseguir criar um fluxo financeiro significativo trabalhando menos de 15 horas por semana. Quanto maiores forem os objetivos, mais tempo terá de ser dedicado a eles.

7 O que é preciso

Fale sobre os cursos fantásticos e os recursos úteis disponibilizados pela sua equipa de linha superior e pela empresa. Explique por que razão acha que esta pessoa se destacaria nesta área e ajude-a a ver como pode utilizar as suas competências para alcançar o sucesso.

8 Perguntas e respostas

Responda às perguntas. Se for manifestada uma dúvida, ouça, reafirme e faça mais perguntas. Por exemplo: *Então, teve uma experiência negativa com o marketing de rede. O que aconteceu? Diga como se sentiria na mesma situação.* Explique como ultrapassou o problema. *Depois de ser cliente durante algum tempo, apercebi-me de que esta empresa redefiniu completamente o significado desta profissão.*

9 Convide a colaborar e a construir o negócio

Se a pessoa já está inscrita como cliente e já beneficiou de uma Consulta de Bem-Estar, então está pronta para o passo 2, na p. 10 do guia *Build*. Caso contrário, comece pelo passo 1. *Sugiro que comecemos pelo passo 1: fazer uma mudança para melhor, para si e para a sua família, utilizando os produtos. Relativamente ao seu bem-estar pessoal e ao da sua família, há alguma coisa que não esteja a funcionar?* Utilize os guiões das páginas 54–59 deste guia, se necessário. *Eu sei que podemos fazer a diferença na sua vida. Foi o que aconteceu com _____.* Conte a experiência de outra pessoa ou a sua própria, se for relevante.

A. Se a pessoa ainda não se inscreveu, faça uma breve sessão de "Introdução aos óleos essenciais," de forma a lhe propor os kits mais adequados às suas necessidades pessoais e profissionais.Depois, agende a sessão de "Introdução ao lançamento".

B. Efetuada a inscrição, avance para o passo 2 na p. 10 do guia *Build* e decida quais as etapas seguintes, incluindo a sessão de "Introdução ao lançamento".

Lançar novos builders

A inscrição de clientes e sharers transforma vidas e faz crescer o seu negócio dōTERRA. A inscrição de builders pode fazê-lo crescer exponencialmente! Embora muitas pessoas comecem como clientes e, a dada altura, optem por criar um negócio, muitas outras começam diretamente como builders e são bem-sucedidas. Seja qual for o caso, trabalhe com pessoas que estão prontas para criar um negócio.

Pense na pessoa mais ocupada que conhece e que queira gerar um rendimento com a dōTERRA. O que é que ela precisa para ter sucesso? Ela precisa de um processo comprovado que lhe indique como começar, o que esperar e como fazer o que deve ser feito. É exatamente o que propõe este guia: uma abordagem sistemática aos hábitos e às competências a adotar, num modelo passo a passo que conduz naturalmente à responsabilização.

Apoie os novos builders nas suas primeiras 3–4 apresentações e em quaisquer outras interações iniciais. Ensine-os a fazer apresentações eficazes, exemplificando-lhes como. Permita que os builders assumam gradualmente mais responsabilidades em cada apresentação até se sentirem prontos para o fazer sozinhos. A replicação é a chave para o seu sucesso a longo prazo e o da sua linha abaixo. Programe contactos breves e frequentes (a cada 2–3 dias) quando os seus builders estiverem na fase de arranque.

Sinta confiança no valor que traz como novo líder, estando simplesmente um passo à frente.

Elite em 6 semanas

Convide os builders a seguir o cronograma abaixo, que assenta nos 5 passos para o sucesso, para lhes mostrar como passar da fase de lançamento à categoria Elite em 6 semanas. Lançar um negócio é como lançar um foguetão: uma grande intensidade inicial permite arrancar sob a força do impulso. Esta energia acrescida permite-lhes obter um elevado número de inscrições num período de tempo muito curto, a partir do qual podem recrutar builders. Isto permitir-lhes-á estruturar a sua equipa de forma mais estratégica dentro da janela de mudança inicial do patrocinador.

Cronograma ideal

Pré-lançamento

Semana de preparação 1 | Semana de preparação 2 | Semana 1

Assumir o compromisso

- Apresente "Introdução aos óleos essenciais"
- Inscreva
- Apresente "Introdução à construção do negócio"
- Inscreva como cliente

A sequência varia de builder para builder

Preparar

PASSO 1:

- Realizar etapa *Inicie o seu negócio*
- Realizar etapa Dinamize o seu lançamento
- Realizar Introdução ao lançamento com a linha superior
- Utilize os recursos formativos da equipa e do *doterra.eu*, juntamente com este guia.

Convidar

PASSO 2:

- Partilhar, convidar a saber mais e levar +45 pessoas
- Convidar parceiros de negócio

Apresentar

PASSO 3:

- Organizar/apresentar workshops e sessões individuais com a linha superior para +30 pessoas
  - Introdução aos óleos essenciais
  - Introdução à construção do negócio
- Aproveitar para marcar os próximos workshops

Conselho

Ao inscrever novas pessoas, considere colocar algumas delas sob a alçada de builders empenhados que inscrevem ativamente por conta própria e apoiam a sua equipa. Explique a situação antes de os nomear a eles ou à respetiva linha abaixo como patrocinadores. Promova um comportamento saudável, igualando e não superando os esforços dos seus builders para não correr o risco de os desencorajar. Recomenda-se vivamente que mantenha as pessoas que inscreveu sob a sua alçada até que o novo patrocinador conquiste esse direito. Se não atingirem os resultados esperados, terá sempre a opção de os fazer crescer sob a forma de Leg de qualificação própria ou de os reposicionar posteriormente. *Tenho um novo membro que penso que se daria melhor na vossa equipa. É importante que receba a Consulta de Bem-Estar e um acompanhamento adequado. Está disponível para apoiar esta pessoa? Em caso afirmativo, vou descrever os seus interesses e ajudar no seu posicionamento.*

Mês de lançamento

Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | **Próximos passos**

Inscrever

PASSO 4:

- Inscrever +15 pessoas
- Realizar Consultas de Bem-Estar
- Posicionar novos membros

- Convidar para organizar e construir
- Envolver os builders

Apoiar

PASSO 5:

- Receber e integrar clientes
- Lançar builders
- Promover eventos/ formação contínua
- Organizar sessões estratégicas

Alcançar Elite

E

PARABÉNS!

Tornar-se Primeiro

P

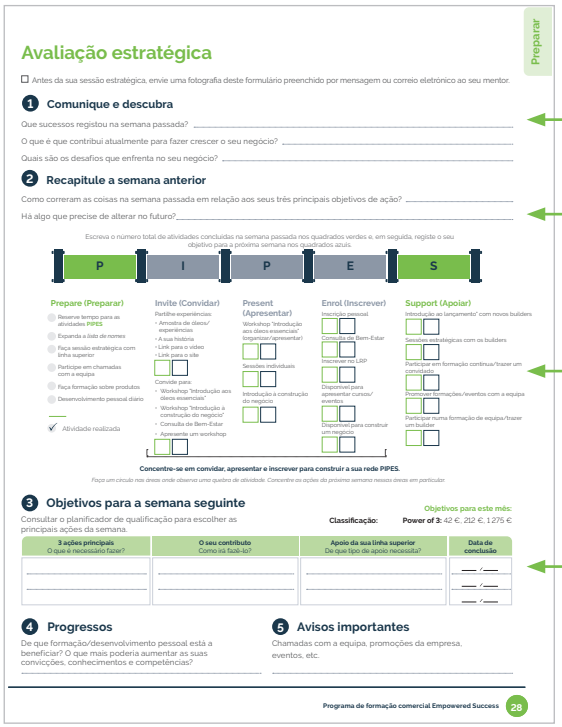
Continue a motivar-se a si e aos seus builders para avançarem na qualificação.

Orientar os builders

Ser mentor significa fazer emergir todo o potencial dos outros e incentivá-los a irem mais longe! Ao descobrir o seu próprio potencial, estará mais apto/a a ajudar os seus builder como parceiro estratégico e corresponsável. Para ser um bom mentor, não precisa de saber tudo. Consulte este guia e a sua linha superior quando iniciar a mentoria e viva este incrível processo de crescimento.

Conselhos

1. **Organize regularmente sessões estratégicas** com os seus builders por telefone ou Zoom.
2. **Peça-lhes que lhe envie a sua avaliação estratégica** antes da chamada. Concentre-se nos passos vitais e na forma de os executar eficazmente.
3. **Convide o seu mentor da linha superior** a participar consigo nas suas primeiras chamadas.
4. **Concentre-se nas soluções, não nos problemas.** Mostre empatia e depois ajude os builders a passar rapidamente dos problemas para as soluções. Pergunte, não diga o que fazer. Crie um espaço onde são livres de explorar novas ideias.
5. **Dê o melhor de si.** Aproveite ao máximo o pouco tempo disponível. Desenvolva uma relação de confiança, respeitando as confidências e os compromissos.
6. **Ensine e encoraje.** Enalteça os talentos e as capacidades dos builders.
7. **Oriente-os para o desenvolvimento pessoal e a formação contínua** para os ajudar a ultrapassar obstáculos e a melhorar competências.
8. **Reconheça o sucesso** durante as sessões estratégicas. Além disso, junte-se aos membros da sua linha superior para os felicitar durante eventos/chamadas com a equipa e outros encontros.



Preparar

Avaliação estratégica

☐ Antes da sua sessão estratégica, envie uma fotografia deste formulário preenchido por mensagem ou correio eletrónico ao seu mentor.

1 Comunique e descubra

Que sucessos registou na semana passada? _____

O que é que contribui atualmente para fazer crescer o seu negócio? _____

Quais são os desafios que enfrenta no seu negócio? _____

2 Recapitule a semana anterior

Como correram as coisas na semana passada em relação aos seus três principais objetivos de ação? _____

Há algo que precise de alterar no futuro? _____

Escreva o número total de atividades concluídas na semana passada nos quadrados verdes e, em seguida, registe o seu objetivo para a próxima semana nos quadrados azuis.

P I P E S

Prepare (Preparar): Reserve tempo para as atividades PIPES; Expanda a *lista de nomes*; Faça sessão estratégica com linha superior; Participe em chamadas com a equipa; Faça formação sobre produtos; Desenvolvimento pessoal diário; ✓ Atividade realizada

Invite (Convidar): Partilhe experiências: • Amostra de óleos/ experiências • A sua história • Link para o vídeo • Link para o site; Convide para: • Workshop "Introdução aos óleos essenciais" • Workshop "Introdução à construção do negócio" • Consulta de Bem-Estar • Apresente um workshop

Present (Apresentar): Workshop "Introdução aos óleos essenciais" (organizar/apresentar); Sessões individuais; Introdução à construção do negócio

Enrol (Inscrever): Inscrição pessoal; Consulta de Bem-Estar; Inscrever no LBP; Disponível para apresentar cursos/ eventos; Disponível para construir um negócio

Support (Apoiar): Introdução ao lançamento/ com novos builders; Sessões estratégicas com os builders; Participar em formação contínua/trazer um convidado; Promover formações/eventos com a equipa; Participar numa formação de equipa/trazer um builder

Concentre-se em convidar, apresentar e inscrever para construir a sua rede PIPES.

Faça um círculo nas áreas onde observa uma quebra de atividade. Concentre as ações do próximo semana nessas áreas em particular.

3 Objetivos para a semana seguinte

Consultar o planificador de qualificação para escolher as principais ações da semana.

Objetivos para este mês:
Classificação: **Power of 3:** 42 €, 212 €, 1 275 €

3 ações principais O que é necessário fazer?	O seu contributo Como irá fazê-lo?	Apoio da sua linha superior De que tipo de apoio necessita?	Data de conclusão
			__ /__
			__ /__
			__ /__

4 Progressos

De que formação/desenvolvimento pessoal está a beneficiar? O que mais poderia aumentar as suas convicções, conhecimentos e competências?

5 Avisos importantes

Chamadas com a equipa, promoções da empresa, eventos, etc.

Programa de formação comercial Empowered Success 28

Porquê organizar sessões estratégicas semanais?

- Para preparar os seus builders para o sucesso.
- Para avaliar as atividades PIPES e melhorar as competências.
- Para manter o contacto e oferecer um apoio contínuo.

Programa da sessão estratégica (30 min.)

Passo 1: Começar
Felicite os sucessos e avalie as áreas a melhorar.

Passo 2: Rever as ações e os resultados da semana anterior
Ajude-os a analisar a semana anterior para que possam repetir o que funciona e eliminar o que não funciona. Ajude-os a estabelecer objetivos realistas para a qualificação e o Power of 3. Avalie os volumes e elabore um plano para colmatar as lacunas.

Passo 3: Rever as atividades PIPES
Avalie as atividades PIPES da semana anterior. Identifique pontos de rutura e concentre a mentoria no que é mais importante (por exemplo, aperfeiçoar as competências ao nível dos convites e das inscrições). Defina os objetivos PIPES para a semana seguinte.

Passo 4: Identifique e planeie os passos vitais para a semana seguinte
Defina os passos vitais para a semana seguinte, com base na avaliação PIPES. Identifique necessidades de acompanhamento. Esteja disponível para apresentar e ajudar a organizar sessões, a envolver novos builders e a exemplificar Consultas de Bem-Estar iniciais.

A mentoria requer uma mente para espicaçar, um ouvido para escutar e um empurrão na direção certa.

John C. Crosby

TEAMWORK
STRATEGY

Desenvolvimento pessoal

O empenho no seu crescimento pessoal é o empenho no crescimento do seu negócio.

Dedique tempo a desenvolver as suas competências para se tornar a pessoa capaz de concretizar os seus sonhos.

A sua atitude irá determinar a sua altitude.

—

Zig Ziglar

Visualize o seu futuro

Desde o início, é fundamental que estabeleça uma ligação entre a sua motivação e o crescimento do seu negócio dōTERRA.

Ao construir um fluxo financeiro estável, pode criar a possibilidade de viver a vida que deseja. O seu propósito é a inspiração que alimenta as suas esperanças e os seus sonhos. E é alcançado quando as suas necessidades, desejos e objetivos forem satisfeitos.

O seu propósito motiva-o/a a manter-se concentrado/a e a progredir. Reflita, identifique e faça um círculo nos domínios seguintes que teriam o maior impacto. Defina objetivos significativos que o/a entusiasmem e o/a motivem para agir agora.

Ganhar mais

- Trabalhar para me libertar das dívidas.
- Constituir uma boa conta-poupança.
- Ter mais flexibilidade financeira.
- Fazer mais doações para a caridade.

Trabalhar de forma mais inteligente

- Controlar o tempo e os compromissos.
- Construir os seus próprios sonhos.
- Concentrar-se no desenvolvimento pessoal e na formação contínua.
- Planear e preparar-se financeiramente.

Fazer o que gosta

- Viajar mais.
- Desenvolver talentos e interesses.
- Ajudar os outros.
- Passar mais tempo com a família.

Sonhe em grande!

Visualizar os sonhos e anotá-los num papel é o primeiro passo para os concretizar. Sente-se, sozinho/a ou com um parceiro de confiança, e desenhe a sua visão do futuro, inspirando-se nas perguntas abaixo.

Negócio

O que quer alcançar com o seu negócio dōTERRA? Qual é a sua próxima qualificação?

Finalidade

Como é que se imagina a servir os outros e a ter uma sensação de realização? Como quer ser conhecido/a ou lembrado/a?

Relações

Se tivesse mais tempo, liberdade ou recursos, quem é que atrairia?
Com quem gostaria de passar tempo, crescer e evoluir?

Dinheiro

Que forma assumiriam o controlo financeiro e o bem-estar económico na sua vida?

Experiências

O que é que gostaria de fazer mais vezes? Onde gostaria de ir? O que é que mais gostaria de alcançar?

Domínio emocional

Como gostaria de se sentir todos os dias?

Domínio espiritual

Como seria uma vida guiada por um sentimento espiritual constante?

Domínio físico

Qual seria a experiência ideal com o seu corpo?

Domínio mental

O que é que gostaria de saber? Como gostaria de pensar?

O futuro pertence a quem acredita na beleza dos seus sonhos.

Eleanor Roosevelt

Conselho

Imagine um quadro com imagens que representam os sonhos para o futuro como se já fossem realidade. Olhe para ele todos os dias. Dê vida a esse momento com música e o seu óleo essencial preferido.

Desenvolva o seu potencial

Os líderes da dōTERRA costumam dizer: "Somos uma empresa de crescimento pessoal disfarçada de empresa de óleos essenciais". Na dōTERRA, acreditamos que mudar positivamente a vida das pessoas molda quem somos e o que fazemos. Seja qual for a razão pela qual uma pessoa se junta à dōTERRA, os Consultores de Bem-Estar estão motivados a fazer a sua parte para alcançarem o sucesso desejado.

Identifique hábitos diários

Dedique cerca de 20 minutos por dia ao desenvolvimento pessoal para crescer como pessoa, como builder e como líder. Seguem-se ideias sobre como explorar os seus pontos fortes e expandir a sua área de influência e a capacidade de vender e prestar um serviço.

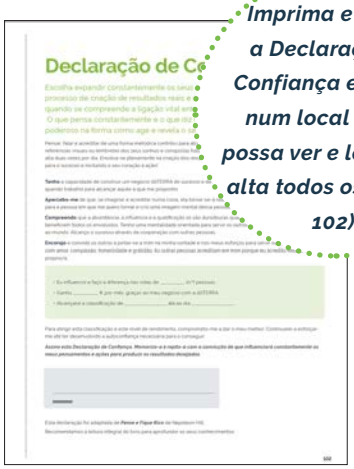
- **LEIA** um livro sobre como desenvolver as suas competências empresariais ou de liderança.
- **ASSISTA** a um vídeo sobre um tema do seu interesse para ampliar conhecimentos.
- **OUÇA** regularmente podcasts de influenciadores de confiança que abordem temas que lhe interessam.
- **ABORDE** um tema acerca do qual necessita de ideias ou opiniões com uma pessoa de confiança ou um orientador.
- **PARTILHE** algo que aprendeu com um familiar ou amigo para confirmar o que sente.
- **PRATIQUE** ou releia uma apresentação que pretende aperfeiçoar.

Aprenda à sua maneira

Um dos maiores impactos no seu sucesso advém do facto de respeitar o seu estilo de aprendizagem. Assinale todas as opções que se apliquem. Tem necessidade de:

- ☐ **Ver** – suportes visuais/fotografias, PowerPoint, esquemas, gráficos, tabelas.
- ☐ **Ouvir** – dizer ou ler em voz alta, repetir algo, instruções verbais, debates, jogos de papéis
- ☐ **Dizer** – conversar, fazer perguntas, desabafar, ensinar
- ☐ **Fazer** – praticar enquanto aprende, seguir/repetir ações
- ☐ **Ler** – suportes escritos, referências a termos/informações, estatísticas, apontamentos
- ☐ **Pensar** – tempo para refletir, ponderar e processar

Explique ao seu mentor como aprende melhor e avaliem em conjunto as melhores formas de utilizar este guia e outros materiais de formação.



Imprima e assine a Declaração de Confiança e afixe-a num local onde a possa ver e ler em voz alta todos os dias (p. 102).

Aprenda com os melhores

Incentivamo-lo/a a adquirir o hábito de ler livros sobre desenvolvimento pessoal. Eis as sugestões de leitura dos nossos líderes para alcançar a qualificação Elite:

- *The Slight Edge* de Jeff Olson
- *Making the First Circle Work* de Randy Gage

Aprenda a ser a sua melhor versão

Junte-se a dezenas de milhares de Consultores de Bem-Estar que aprenderam mais sobre os seus pontos fortes através do Empowered You, um programa de formação especializado, criado em parceria com a Gallup e concebido para ajudar os builders da dōTERRA a potenciar as suas qualidades.

Para tirar o máximo partido da formação, comece por fazer o teste Clifton Strengths Finder 2.0 que lhe permite identificar áreas específicas relacionadas com os seus talentos. Saiba mais em *doterra.eu > Ferramentas > Empowered Success > Passo 4: Lance o seu negócio.*

O guia *Strengths* da dōTERRA foi concebido para incentivar o envolvimento nas atividades PIPES utilizando os seus pontos fortes.

Além deste guia, utilize os vídeos Empowered You, para personalizar o seu desenvolvimento pessoal e dar uma nova dimensão às suas atividades PIPES.

Ao mergulhar no processo dos pontos fortes, aprenda a distinguir a diferença entre os princípios e as melhores práticas. As melhores práticas envolvem a forma como as pessoas fazem as coisas. Os princípios, por outro lado, são comprovados, duradouros e constantes, e podem ser aplicados a qualquer situação. Eles são a verdade por detrás da prática.

Ao observar o que funciona numa determinada situação, analise o sucesso, identificando os princípios que fizeram a diferença. Uma vez que, ao contrário dos processos, as pessoas não podem ser duplicadas, opte por ser genuíno/a, por contribuir com os seus próprios talentos e competências, fazendo o que é necessário para produzir resultados.

Cresça ao seu ritmo

Crie uma cultura de equipa centrada no que é melhor para si e para os que o/a rodeiam. A cultura certa motiva-o/a a concentrar os seus pontos fortes em ações destinadas a fazer crescer o seu negócio. A autoconfiança e o amor-próprio são aspetos essenciais da liderança. Desenvolva a sua equipa de uma forma que o/a represente autenticamente.

Em que áreas é que brilha verdadeiramente?

Quais os pontos fortes que gostaria que tivessem maior impacto no seu sucesso?

Todas as pessoas acabam por chegar a algum lado na vida. Poucas chegam lá de propósito.

—

Andy Stanley

Declaração de Confiança

Escolha expandir constantemente os seus ideais, coragem e confiança. O processo de criação de resultados reais e duradouros é grandemente ampliado quando se compreende a ligação vital entre o coração e a mente.
O que pensa constantemente e o que diz repetidamente tem um impacto poderoso na forma como age e revela o seu carácter.

Pensar, falar e acreditar de uma forma metódica contribui para alcançar os resultados desejados. Além de utilizar referências visuais ou lembretes dos seus sonhos e conquistas futuras, leia a seguinte *Declaração de Confiança* em voz alta duas vezes por dia. Envolva-se plenamente na criação dos resultados desejados, programando o seu subconsciente para o sucesso e incitando o seu coração à ação!

Tenho a capacidade de construir um negócio dōTERRA de sucesso e de cumprir o meu objetivo de vida. Sou persistente quando trabalho para alcançar aquilo a que me proponho.

Apercebo-me de que, se imaginar e acreditar numa coisa, ela tornar-se-á realidade. Canalizo os meus pensamentos para a pessoa em que me quero tornar e crio uma imagem mental dessa pessoa.

Compreendo que a abundância, a influência e a qualificação só são duradouras quando são baseadas em ações que beneficiem todos os envolvidos. Tenho uma mentalidade orientada para servir os outros e trago esperança e bem-estar ao mundo. Alcanço o sucesso através da cooperação com outras pessoas.

Encorajo e convido os outros a juntar-se a mim na minha vontade e nos meus esforços para servir os que me rodeiam com amor, compaixão, honestidade e gratidão. As outras pessoas acreditam em mim porque eu acredito nelas e em mim próprio/a.

- Eu influencio e faço a diferença nas vidas de _____ (n.º) pessoas.
- Ganho _____ € por mês, graças ao meu negócio com a dōTERRA.
- Alcançarei a classificação de _____ até ao dia _____.

Para atingir esta classificação e este nível de rendimento, comprometo-me a dar o meu melhor. Continuarei a esforçar-me até ter desenvolvido a autoconfiança necessária para o conseguir.

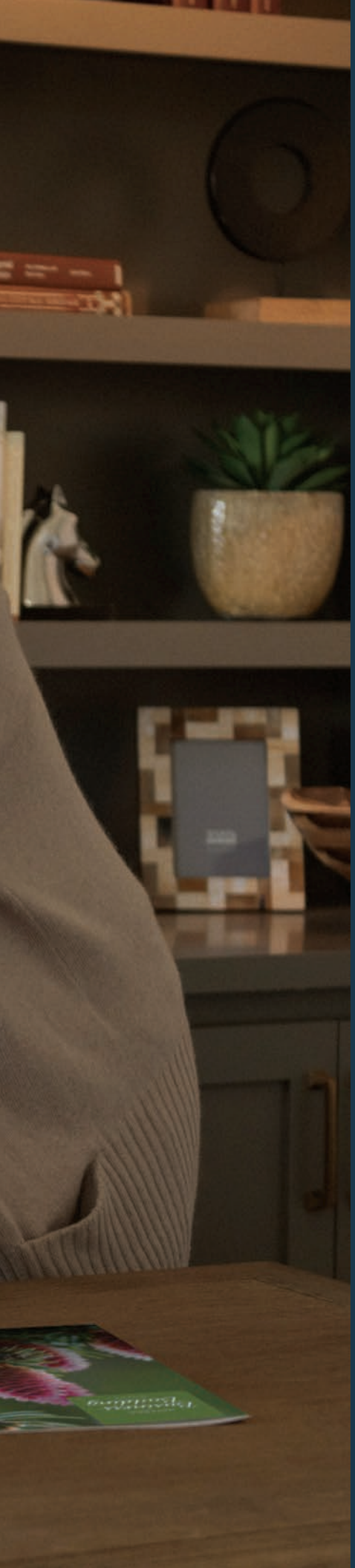
Assino esta Declaração de Confiança. Memorizo-a e repito-a com a convicção de que influenciará constantemente os meus pensamentos e ações para produzir os resultados desejados.

_____

Assinatura

Esta declaração foi adaptada de ***Pense e Fique Rico*** de Napoleon Hill.

Recomendamos a leitura integral do livro para aprofundar os seus conhecimentos.



Anexos

Outros recursos

Quanto maior a aprendizagem,
maior a sabedoria!

Israelmore Ayivor

Plano de Compensação

Lucro de Retalho
Pago mensalmente

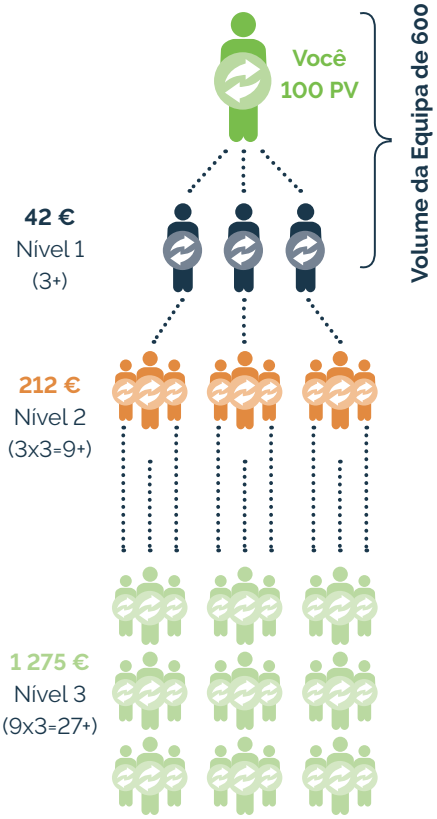
Os Consultores de Bem-Estar irão receber 25% do lucro (valor sem IVA) obtido em compras efetuadas pelos seus Clientes de Retalho.

Bónus de Início Rápido
Pago semanalmente

Pago sobre o Volume Comissionável (CV) de um novo inscrito nos seus primeiros 60 dias. Para poder participar, quem inscreve deve efetuar um total de 100 PV (Volume Pessoal) em encomendas do LRP durante o mês e manter em permanência, pelo menos, 100 PV no seu modelo do LRP/Encomenda do Programa de Recompensas por Lealdade.

Power of 3
Pago mensalmente

Cada pessoa na sua estrutura Power of 3 deve efetuar uma encomenda de, pelo menos, 100 PV (Volume Pessoal) para o/a tornar a si elegível para o bónus Power of 3.



Legenda das Recompensas por Lealdade

Bónus Organizacional de Nível Único

Pago mensalmente

Também designado por requisitos de classificação. Pago mensalmente sobre o volume organizacional compresso.

Pago conforme o título	Consultor de Bem-Estar	Gestor	Diretor	Executivo	Elite	Primeiro	Prata	Ouro	Platina	Diamante	Diamante Azul	Presidente Diamante
PV mensal	50	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
OV mensal	–	500	1 000	2 000	3 000	5 000	–	–	–	–	–	–
Qualified Legs*	–	–	–	–	–	2	3	3	3	4	5	6
Leg Requirements	–	–	–	–	–	Executivo	Elite	Primeiro	Prata	Prata	Ouro	Platina
Nível 1	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Nível 2		3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Nível 3			5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Nível 4				5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Nível 5					6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Nível 6						6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Nível 7							7%	7%	7%	7%	7%	7%
Compressão dinâmica		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑

Este documento pode ser duplicado para fins de caráter comercial pessoal pelos Consultores de Bem-Estar dōTERRA.

Conjuntos para Líderes

Pago mensalmente

Ao se qualificarem no topo da classificação, os Consultores de Bem-Estar têm a oportunidade de beneficiar do volume global da empresa. As frações são ganhas nos conjuntos a cada mês que o título de qualificado for alcançado e mantido.

Pago conforme o título	Primeiro	Prata	Ouro	Platina	Diamante	Diamante Azul	Presidente Diamante
PV mensal	100	100	100	100	100	100	100
OV mensal	5 000	*	*	*	*	*	*
Qualified Legs*	2	3	3	3	4	5	6
Leg Requirements	Executivo	Elite	Primeiro	Prata	Prata	Ouro	Platina
		Quadro de Desempenho Líder			Quadro de Desempenho Diamante:		
	N.º de frações	1	5	10	1	2	3
		1+	1+	1+	1+	1+	1+
		2%			1%		

	Conjunto para Empowerment Bonus				Conjunto para Diamante	Conjunto para Diamante Azul	Conjunto para Presidente Diamante
	Primeiro	Prata	Ouro				
N.º de frações com 1 inscrição por mês	1	1	2	N.º de frações	3	3	3
N.º de frações com 2 ou mais inscrições por mês	--	--	Máximo de 2		1+	1+	1+
	1,25%				1%	1%	1%

Conjunto para Empowerment: Cada membro Primeiro, Prata ou Ouro que inscreva pessoalmente um Cliente Grossista ou um Consultor de Bem-Estar com uma qualificação de 100 PV em compras (ou mais) nesse mês receberá uma fração do volume global da empresa. Cada membro Ouro que inscreva pessoalmente duas ou mais pessoas, sejam Clientes Grossistas e/ou Consultores de Bem-Estar, com uma qualificação de 100 PV em compras (ou mais) nesse mês receberá um máximo de duas frações do volume global da empresa.

Conjunto para Líderes: Cada membro Prata ganha uma fração, cada membro Ouro ganha cinco frações e cada membro Platina ganha dez frações.

Quadro de Desempenho Diamante: Cada membro Diamante ganha uma fração, cada membro Diamante Azul ganha duas frações e cada membro Presidente Diamante ganha três frações.

Conjunto para Diamante: Cada membro Diamante recebe três frações.

Conjunto para Diamante Azul: Cada membro Diamante Azul recebe três frações.

Conjunto para Presidente Diamante: Cada membro Presidente Diamante recebe três frações.

Frações adicionais: Ganhe frações adicionais ao ajudar os Consultores de Bem-Estar que inscreveu pessoalmente* a avançarem† para os níveis de Elite (Líderes), Primeiro (Quadros de Desempenho Diamante, Diamante Azul
e Diamante) e Prata (Presidente).

*A inscrição de Legs deve ser feita pessoalmente. † Devem ser qualificados pela primeira vez, frações ilimitadas. Consulte as políticas da empresa para obter mais detalhes.

Este documento pode ser duplicado para fins de caráter comercial pessoal pelos Consultores de Bem-Estar dōTERRA.

Os papéis na dōTERRA

Cada pessoa decide como maximizar a sua relação com a dōTERRA. Os quatro papéis principais e exemplos da mentalidade/objetivos de cada um estão descritos abaixo.

Utilize esta página para:

Esclarecer o que cada função implica para melhor gerir as suas expectativas e as dos outros. Não se esqueça de que são as ações e as escolhas de uma pessoa, e não o posicionamento ou o estatuto, que definem o seu empenho. Respeite as suas escolhas. Fale claramente para estabelecer compromissos e avaliar as responsabilidades em termos de inscrições e de patrocínio.

Preste atenção. Ao analisar os relatórios no Escritório Virtual, observe o que acontece para além da linha da frente ou dos líderes qualificados. Avalie o crescimento e o potencial futuro, observando as inscrições, o volume e os avanços nas classificações para decidir onde deve concentrar o seu tempo e a sua atenção.

As raízes da equipa. Ao avaliar o sucesso ou o fracasso das funções que se espera que as pessoas desempenhem, tente reconhecer na sua estrutura de vendas os builders que queiram ou necessitem de mais orientação. Por vezes, é possível reposicionar membros e beneficiar mutuamente todas as partes envolvidas. A sua atenção e reconhecimento podem fazer a diferença e fomentar o crescimento quando tem builders motivados na sua equipa.

Cliente
Cliente Grossista

- Opto por utilizar as opções de bem-estar oferecidas pela dōTERRA.
- Quero continuar a aprender mais sobre óleos essenciais.
- Se amigos ou familiares mostrarem interesse, terei todo o gosto em indicar-lhes o meu Consultor de Bem-Estar da dōTERRA.
- Recorro ao guia de referência, aos fóruns online, ao serviço de apoio ao cliente da dōTERRA e ao meu Consultor de Bem-Estar se necessitar de ajuda.
- Benefício dos preços de grossista (25% de desconto) em todos os produtos.
- Posso optar por acumular pontos do LRP que me permitem recuperar entre 10 e 30% do valor das minhas compras sob a forma de produtos gratuitos.
- Posso optar por beneficiar de:
  - Produto do Mês gratuito ao efetuar uma Encomenda do Programa de Recompensas de Lealdade de pelo menos 125 PV até ao dia 15 de cada mês.
  - Promoções e oportunidades.

Além de ser um cliente dōTERRA...

Sharer
Consultor de Bem-Estar

- Quero aprender mais sobre como os óleos essenciais podem contribuir para os meus objetivos e prioridades em termos de bem-estar, bem como os dos outros.
- Gosto de ajudar outras pessoas a encontrarem esperança e oportunidades com a dōTERRA.
- Tenho todo o gosto em organizar eventos e partilhar as minhas experiências para ajudar os outros a encontrar novas soluções com a dōTERRA.
- Ajudo naturalmente os outros ao partilhar os produtos.
- Gostaria de ganhar o suficiente para cobrir o valor da minha encomenda mensal.
- Quando as pessoas a quem apresentei produtos fazem uma compra nos primeiros 60 dias, posso ganhar um Bónus de Início Rápido se fizer encomendas do LRP num total de 100 PV e mantiver pelo menos 100 PV no meu modelo do LRP.
- Ao apoiar as pessoas a quem apresentei produtos, posso ganhar um bónus Power of 3 mensal se posicionar corretamente os clientes na minha estrutura e assegurar que efetuam uma Encomenda do Programa de Recompensas por Lealdade regular.

Além de ser um Sharer da dōTERRA...

Builder
Consultor de Bem-Estar

- Adoro apresentar a dōTERRA a outras pessoas.
- Tenho iniciativa para aprender mais sobre os óleos essenciais para poder apoiar melhor as outras pessoas.
- Esforço-me por crescer ao nível pessoal e aprender mais sobre o negócio.
- Realizo constantemente as atividades PIPES.
- Aperfeiçoo a minha abordagem para despertar um maior interesse no estilo de vida dōTERRA.
- Procuro aconselhamento e apoio dos líderes da linha superior da minha equipa e da dōTERRA.
- Participo em formações e atividades de orientação oferecidas pela dōTERRA, pelo meu mentor e pela minha equipa.
- Organizo workshops para que as outras pessoas descubram os produtos e as oportunidades da dōTERRA.
- Forneço os expositores, as amostras, as brochuras e outros materiais necessários para os meus workshops.
- Acompanho os clientes que inscrevo, enviando-lhes uma mensagem de boas-vindas e proporcionando-lhes uma Consulta de Bem-Estar.
- Posiciono cuidadosamente cada novo membro para um crescimento mútuo.
- À medida que adquiro experiência, ganho mais confiança para formar outros para que, por sua vez, também eles convidem, ensinem e apoiem.
- Comprometo-me, a tempo inteiro ou parcial, a construir um negócio sólido.
- Faço o que é necessário para gerar um rendimento mensal regular.
- À medida que progrido, recebo os bónus Nível Único e Conjunto para Líderes.

Além de ser um Buider da dōTERRA...

Líder
Consultor de Bem-Estar

- Tenho determinação para fazer crescer os meus sonhos.
- Vivo o meu sonho e sigo a minha missão.
- Preocupo-me com o bem-estar e uso a minha influência e a minha voz para espalhar esta mensagem.
- Quero aprender e crescer continuamente.
- Ultrapasso crenças limitadoras e torno-me um melhor líder todos os dias.
- Valorizo e procuro a orientação, o apoio estratégico e a responsabilização.
- Aplico o meu tempo e energia num sistema eficaz para me poder concentrar no que realmente importa.
- Invisto o dinheiro necessário para expandir o meu negócio.
- Mantenho os meus compromissos e as minhas promessas.
- Sou um formador confiante e encerro eficazmente as minhas sessões.
- Mantenho a minha equipa dinâmica, oferecendo continuamente apoio relevante, inscrevendo e inspirando os builders a tornarem-se líderes.
- Trabalho bem com os membros da minha equipa e apoio-os.
- Disponibilizo formações regulares à minha equipa.
- Comprometo-me a ajudar os outros a ganhar um rendimento extra.
- Reconheço e contribuo para o sucesso da minha equipa.
- Celebro os sucessos dos membros da minha equipa, mesmo quando estes superam os meus.
- Sei que tenho potencial para me tornar Diamante+ e estou confiante nos prazos que estipulei para o meu progresso.
- Acredito nas oportunidades proporcionadas por uma compensação permanente.
- Estou empenhado em construir um fluxo financeiro.
- Aprecio e celebro os frutos do meu trabalho.

Abeto Negro

O abeto negro simboliza a capacidade de crescer, prosperar e progredir apesar das duras condições ambientais do Ártico nas regiões da floresta boreal.

Por esta razão, foi escolhido para representar o percurso dos Consultores de Bem-Estar da dōTERRA que, para além de se desenvolverem a si próprios e à sua equipa, terão de passar por muitas experiências de aprendizagem para aperfeiçoar a autoconfiança, contornar distrações e ignorar crenças limitadoras.

O abeto negro e as suas pinhas simbolizam a importância de cultivar as sementes do potencial, embaladas pelos ramos de líderes atenciosos que sabem que a replicação é a chave para construir uma floresta próspera de sucesso.

A ***melhor*** forma de prever o seu futuro é criá-lo.

—

Peter Drucker

Agradecemos aos líderes Consultores de Bem-Estar que colaboraram neste guia, bem como a todas as outras pessoas que contribuíram para a criação do *Empowered Success.*

Tenha em conta que os produtos incluídos nesta brochura estão sujeitos a alterações e podem variar em relação ao que é apresentado. Visite o shop.doterra.com para obter as informações mais recentes

UK Office, Altius House, 1 North Fourth Street, Milton Keynes, MK9 1DG, Reino Unido
dōTERRA Global Limited, 32 Molesworth Street, Dublin 2, Irlanda
© 2023 dōTERRA Holdings, LLC, 389 S 1300 W St. Pleasant Grove, UT 84062 • dōTERRA.com
Todos os direitos reservados. Todas as palavras que contenham símbolos de marca comercial ou marca registada são marcas comerciais ou marcas registadas da dōTERRA Holdings, LLC.